
A internacionalização da campanha Setembro Amarelo®

The internationalization of the Yellow September® campaign

La internacionalización de la campaña Septiembre Amarillo®

César Augusto Trinta Weber



[ORCID](#) - [Lattes](#)

RESUMO

O [Setembro Amarelo®](#) é a campanha de prevenção do suicídio criada nos Estados Unidos, em 1994, e trazida para o Brasil pelo então presidente da Associação Brasileira de Psiquiatria, Antônio Geraldo da Silva, em 2013. Em 2014, a Associação Brasileira de Psiquiatria e o Conselho Federal de Medicina realizaram parcerias em nome da campanha para difundir a mensagem de prevenção ao suicídio e de incentivo aos cuidados com a saúde mental, com o propósito da conscientização da população e combate ao estigma contra as doenças mentais. A internacionalização do [Setembro Amarelo®](#) com a divulgação na Times Square rompeu as barreiras geográficas para enviar uma mensagem clara de que a prevenção do suicídio é uma questão universal que não conhece fronteiras.

Palavras-chave: setembro amarelo, prevenção de suicídio, estigma social, política pública de saúde, psiquiatria, saúde mental, suicídio, tentativa de suicídio

ABSTRACT

[Yellow September®](#) is the suicide prevention campaign created in the United States in 1994 and brought to Brazil by the then president of the Brazilian Psychiatric Association, Antônio Geraldo da Silva, in 2013. In 2014, the Brazilian Psychiatric Association and the Brazilian Federal Council of Medicine formed partnerships on behalf of the campaign to spread the message of suicide prevention and encouragement of mental health care, with the aim of raising public awareness and combating stigma against mental illness. The internationalization of [Yellow September®](#) with its publicity in Times Square broke down geographical barriers to send a clear message that suicide prevention is a universal issue that knows no borders.

Keywords: yellow September, suicide prevention, social stigma, public health policy, psychiatry, mental health, suicide, suicide attempt

RESUMEN

[Septiembre Amarillo](#)® es la campaña de prevención del suicidio creada en Estados Unidos en 1994 y llevada a Brasil por el entonces presidente de la Asociación Brasileña de Psiquiatría, Antônio Geraldo da Silva, en 2013. En 2014, la Asociación Brasileña de Psiquiatría y el Consejo Federal de Medicina formó alianzas en nombre de la campaña para difundir el mensaje de prevención del suicidio y fomento de la atención de la salud mental, con el objetivo de aumentar la conciencia pública y combatir el estigma contra las enfermedades mentales. La internacionalización de [Septiembre Amarillo](#)® con su publicidad en Times Square rompió barreras geográficas para enviar un mensaje claro de que la prevención del suicidio es una cuestión universal que no conoce fronteras.

Palabras clave: septiembre amarillo, prevención del suicidio, estigma social, política de salud pública, psiquiatría, salud mental, suicidio, intento de suicidio

Como citar: Weber CAT. A internacionalização da campanha Setembro Amarelo®. Debates em Psiquiatria, Rio de Janeiro. 2023;13:1-6.
<https://doi.org/10.25118/2763-9037.2023.v13.1050>

Conflito de interesses: declara não haver

Fonte de financiamento: declara não haver

Parecer CEP: não se aplica

Recebido em: 19/09/2023

Aprovado em: 20/09/2023

Publicado em: 20/09/2023

Editor Chefe responsável pelo editorial: Leandro Fernandes Malloy-Diniz

Contribuição do autor segundo a [Taxonomia CRediT](#): Weber CAT [1-14]

A [Times Square](#) é uma das áreas mais icônicas e movimentadas do planeta. Localizada no coração de Manhattan, em Nova York, e conhecida como "*The Crossroads of the World*", ela se mostra muito mais do que o ponto de encontro da Broadway e da 7th Avenue, ao ultrapassar a condição de ser um dos locais turísticos mais famosos e visitados do mundo para se materializar como uma vitrine global para mensagens, eventos e movimentos que desejam capturar a atenção do público em uma escala sem precedentes.

O [Setembro Amarelo](#)® [1] é a campanha de prevenção do suicídio criada nos Estados Unidos, em 1994 e trazida para o Brasil pelo então presidente da Associação Brasileira de Psiquiatria, Antônio Geraldo da Silva, em 2013. Em 2014, a Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) e o Conselho Federal de Medicina (CFM) realizaram parcerias em nome da campanha para difundir a mensagem de prevenção ao suicídio e de incentivo aos cuidados com a saúde mental, com o propósito da conscientização da população e combate ao estigma contra a doença mental. Após, outras instituições brasileiras se engajaram em campanhas de prevenção ao "fenômeno suicídio", ainda que com as suas formas próprias e sem o compromisso e/ou características de um serviço de saúde e integrado a Rede de Atenção Psicossocial do Sistema Único de Saúde Brasileiro, como sugere a ABP.

No dia 17 de setembro de 2023 algo notável aconteceu e que merece destaque: a campanha [Setembro Amarelo](#)® deu um salto gigantesco do Brasil para o mundo. Tendo em vista o fato de que os líderes mundiais estavam em Nova York para 78ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU), a coordenação da campanha [Setembro Amarelo](#)® percebendo esta janela de oportunidade, escolheu este acontecimento e a [Times Square](#) - rodeada por arranha-céus, abarrotada de luzes cintilantes e em meio aos painéis eletrônicos brilhantes, como palco para ganhar notoriedade a iniciativa da ABP de internacionalização do [Setembro Amarelo](#)® rompendo as barreiras geográficas para enviar uma mensagem clara de que a prevenção do suicídio é uma questão universal que não conhece fronteiras.

Mais do que chamar a atenção do público em uma escala global e ganhar prestígio, a visibilidade ampliada da campanha [Setembro Amarelo](#)® significa de um lado, servir de abertura, aceitação e inspiração as reflexões sobre a saúde mental das pessoas e o respectivo cuidado e, de outro, de convite a líderes, celebridades, influenciadores, meios de comunicação, empresas, organizações e a sociedade a se envolverem, já que quanto

maior o número de pessoas e instituições influentes endossando a causa, maior será o impacto e o alcance de audiência que não seria atingida sem esta participação. As ações de prevenção do comportamento suicida desempenham um papel fundamental na campanha [Setembro Amarelo®](#) e em todos os esforços relacionados à conscientização sobre a saúde mental. Elas representam o compromisso prático de salvar vidas e criar um ambiente onde as pessoas em crise possam encontrar ajuda e apoio.

De acordo com as estimativas da Organização Mundial da Saúde (OMS) publicadas no relatório “*Suicide worldwide in 2019*” [2], o suicídio continua sendo uma das principais causas de morte em todo o mundo. Anualmente, mais pessoas morrem como resultado de suicídio do que devido a HIV, malária, câncer de mama, ou, até guerras e homicídios. Em 2019, mais de 700 mil pessoas morreram por suicídio: uma em cada 100 mortes, sem contar com a realidade da subnotificação, o que elevaria as estimativas para mais de 1 milhão de casos. No Brasil, os registros se aproximam de 14 mil casos por ano, ou seja, em média 38 pessoas cometem suicídio por dia.

É sabido que quase 100% das pessoas que cometeram suicídio tinham alguma doença mental, mesmo que não diagnosticadas ou tratadas incorretamente. Dessa forma, a grande maioria dos casos poderia ter sido evitada se esses pacientes tivessem acesso ao tratamento psiquiátrico e informações de qualidade, fatos que reforçam a importância das políticas públicas de atenção à saúde mental e drogas e denunciam a desassistência na saúde pública.

Estudo inédito publicado na revista científica *The Lancet*, em fevereiro de 2023, e intitulado “*Contextual factors associated with country-level suicide mortality in the Americas, 2000–2019: a cross-sectional ecological study*” [3] investigou os fatores contextuais/determinantes sociais associados a mortalidade por suicídio buscando melhor compreender o fato anteriormente advertido pela OMS de que, embora os números de suicídios estejam diminuindo em todo o mundo, os países das Américas vão na contramão dessa tendência, com índices que não param de aumentar.

Os resultados do estudo sugerem que o aumento dos programas e serviços de emprego, o acesso e a capacidade dos serviços de saúde, incluindo os serviços de tratamento do consumo de substâncias, para citar alguns, podem ter o potencial de reduzir as taxas de mortalidade por suicídio.

No geral, os resultados indicam que as medidas multissetoriais que visam a saúde e o bem-estar social na sociedade, que são informadas e desenvolvidas com base em evidências sobre fatores contextuais locais, devem ser enfatizadas nas iniciativas de prevenção do suicídio.

Para apoiar os países nas Américas em seus esforços de conter suicídios, a Organização Panamericana de Saúde (OPAS/OMS) lançou uma orientação abrangente para a implementação de sua campanha "Live Life" [4] para a prevenção do suicídio.

As quatro estratégias desta abordagem são: limitar o acesso aos métodos de suicídio, como pesticidas e armas de fogo altamente perigosos; educar a mídia sobre a cobertura responsável do suicídio; promover habilidades socioemocionais para a vida em adolescentes; e identificação precoce, avaliação, gestão e acompanhamento de qualquer pessoa afetada por pensamentos e comportamentos suicidas.

O [Setembro Amarelo](#)® tem desempenhado um papel crucial para a superação das barreiras que impedem a procura de ajuda em caso de ideação suicida. Sua presença global na [Times Square](#), epicentro mundial de atenção e poderoso veículo de reverberação de campanhas, reforça a necessidade de celebrar o compromisso contínuo de combater o estigma internalizado, social e estrutural associados as doenças mentais.

A temática do comportamento suicida reclama a condição de pauta permanente nas principais agendas internacionais que tratam da saúde mental no mundo. A prevenção do suicídio é uma causa universal e de responsabilidade compartilhada, independentemente de origens culturais ou geográficas.

Referências

- 1. Associação Brasileira de Psiquiatria = Brazilian Association of Psychiatry (Brasil). Setembro Amarelo® [internet]. Acesso em 19 setembro 2023. Disponível em: <https://www.abp.org.br/setembro-amarelo>
- 2. World Health Organization (WHO). Suicide worldwide in 2019: global health estimates [Internet]. World Health Organization. 2021. Acesso em 19 setembro 2023. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/341728>

- 3. Lange S, Cayetano C, Jiang H, Tausch A, Oliveira e Souza R. Contextual factors associated with country-level suicide mortality in the Americas, 2000-2019: a cross-sectional ecological study. *Lancet Reg Health Am.* 2023;23;20:100450.
<https://doi.org/10.1016/j.lana.2023.100450> - PMID:37095770
PMCID:PMC10122114

- 4. World Health Organization (WHO). Live life: an implementation guide for suicide prevention in countries. [Internet]. World Health Organization. 2021. Acesso em 19 setembro 2023.
<https://apps.who.int/iris/handle/10665/341726>