

Setembro Amarelo e os enlutados por suicídio: relato de experiências

Yellow September and the bereaved by suicide: report of experiences

DOI:10.34119/bjhrv4n2-201

Recebimento dos originais: 04/02/2021

Aceitação para publicação: 01/03/2021

Andréa Carla Ferreira de Oliveira

Doutoranda em Psicologia Clínica na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). Psicóloga da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Endereço: Rua Pedro Amorim, 960. Barro Vermelho
Natal-RN. CEP 59022-420

E-mail: andreacarla.oliveira@gmail.com

Gláucia Fernanda Soares Cabral

Mestranda em Psicologia Clínica pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)

Endereço: Rua Antilhon Ribeiro Soares, nº 5000.Santa Isabel
Teresina-PI. CEP 64053-070

E-mail: glauciananda@hotmail.com

Pedro Pereira Cavalcante Filho

Doutorando em Psicologia Clínica pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)

Endereço: Rua Visconde de Ouro Preto, nº 51. Apartamento 2201. Casa Forte. Recife-PE. CEP 52061-430

E-mail: ppcaval@gmail.com

Carmem Lúcia de Brito Tavares Barreto

Pós Doutora em Filosofia pela Universidade de Évora

Professora Adjunta Universidade Católica de Pernambuco.

Endereço: Rua Astronauta Neil Armstrong, nº 120. Apartamento 1101. Parnamirim Recife-PE. CEP 52060-170

E-mail: carmemluciabarreto@hotmail.com

RESUMO

O setembro amarelo é uma campanha que objetiva conscientizar a população sobre a prevenção do suicídio. A cada ano é obtida maior adesão de instituições públicas e privadas, órgãos de classe e da população. No Brasil, durante o mês de setembro, observa-se uma grande mobilização da sociedade e, principalmente, de profissionais da saúde mental, a fim de promover palestras e rodas de conversa sobre o fenômeno do suicídio e ofertar atendimento à população. Este trabalho trata-se do relato de experiências dos autores na campanha do Setembro Amarelo nos anos de 2019 e 2020. Durante as campanhas, os pesquisadores lançaram mão do diário de campo como espaço de reflexão e registro das experiências, para posteriormente compartilhar entre si, o que possibilitou as reflexões apresentadas neste artigo. Os pressupostos teóricos adotados foram os da Fenomenologia Hermenêutica de Martin Heidegger. De maneira geral, sejam nas ações presenciais em 2019, ou nas remotas, no ano de 2020, observamos pouco destaque aos

enlutados por suicídio, e até mesmo as repercussões que algumas informações divulgadas podem ter para estes. Como possíveis conclusões interroga-se como a campanha tem normatizado nosso olhar para o suicídio? Através das campanhas é possível acolher aqueles que perderam alguém por suicídio? Frente a essas possibilidades compreensivas, emerge o questionamento: seria possível pensar em uma outra configuração da campanha que abarque os modos de cuidado tanto para aqueles que pensam em pôr fim à vida, quanto para os enlutados por suicídio?

Palavras-chave: Setembro Amarelo, Suicídio, Pôr fim à vida, Enlutados.

ABSTRACT

The yellow September is a campaign that aims to make the population aware of suicide prevention. Each year, public and private institutions, professional associations, and the general public adhere to it. In Brazil, during the month of September, there is a great mobilization of society and, especially, of mental health professionals, in order to promote lectures and conversations about the phenomenon of suicide and provide care to the population. This paper is about the report of the authors' experiences in the Yellow September campaign in the years 2019 and 2020. During the campaigns, the researchers used the field diary as a space for reflection and recording of experiences, to later share among themselves, which enabled the reflections presented in this article. The theoretical assumptions adopted were those of Martin Heidegger's Hermeneutic Phenomenology. In general, whether in the face-to-face actions in 2019, or in the remote ones, in 2020, we observed little emphasis on those bereaved by suicide, and even the repercussions that some disclosed information may have for them. As possible conclusions one wonders how the campaign has normed our look at suicide? Through the campaigns is it possible to welcome those who have lost someone by suicide? Faced with these comprehensive possibilities, the question arises: would it be possible to think of another configuration of the campaign that encompasses the modes of care for those who are thinking of ending their lives, as well as for those bereaved by suicide?

Keywords: Yellow September, Suicide, Ending Life, Mourners.

1 INTRODUÇÃO

O suicídio é modo de morrer que sempre esteve presente na história da humanidade. Desde os tempos mais remotos até a era atual esse fenômeno suscitou sentidos e reações diversas que incluem a ideia de pecado ou um crime que exige a punição do cadáver, até a consideração de que o ato é justificado pela existência de um transtorno mental, o qual requer intervenção médica (MINOIS, 2018).

Uma análise nos números de casos de suicídio no mundo revela que ocorrem cerca de 800 mil mortes por ano (Organização Mundial da Saúde [OMS], 2019). O número de pessoas com tentativa de suicídio é consideravelmente maior, assumindo uma taxa que supera a de morte em pelo menos 10 vezes por suicídio. Diante deste cenário, verifica-se que o suicídio tem sido um fenômeno frequente na sociedade contemporânea. Este traz

impactos não só pela quantidade de casos, mas também por trazer implicações econômicas, sociais e afetivas à sociedade, sendo afetadas diretamente pelo menos seis pessoas próximas daquela que ceifou sua vida (WERLANG, 2013).

Botega (2015) explica que existem várias ações que auxiliam na prevenção do suicídio e que estas exigem um engajamento social para a elaboração de estratégias nacionais. Deve-se buscar intervir através do controle dos meios mais usados para concretizar o ato e principalmente da sensibilização da sociedade, a fim de romper estigmas que dificultam o trabalho com essas pessoas, assim a tarefa de prevenir implica toda a sociedade.

Uma das estratégias de prevenção é a campanha nomeada como “Setembro Amarelo”. Esse movimento surgiu nos Estados Unidos em 1994 e, vinte anos depois, no Brasil através de instituições como o Centro de Valorização à Vida – CVV e a Associação Brasileira de Psiquiatria - ABP. Com a finalidade de conscientizar a população sobre a prevenção do suicídio, tem obtido a cada ano adesão de instituições públicas e privadas, órgãos de classe e da população. No Brasil, durante o mês de setembro, observa-se uma grande mobilização da sociedade e, principalmente, de profissionais da saúde mental, com o objetivo de promover palestras e rodas de conversa sobre o fenômeno do suicídio e ofertar atendimento à população. Em meio à situação pandêmica da Covid-19, a campanha ganhou destaque através do meio digital, o qual se tornou o principal recurso de divulgação e de serviços voltados para a demanda suicida.

Em meio a esse cenário voltado para o suicídio, há outros personagens afetados pelo fenômeno: familiares, amigos e pessoas do entorno social daquele que finda sua existência. Estes são conhecidos na literatura como “sobreviventes”, e experienciam um processo de luto singular, demarcado por esse modo de morrer e seus significados sociais (TAVARES, 2013). É perante os enlutados por suicídio, e a necessidade de estender a eles um olhar compreensivo e cuidadoso que nos questionamos como a principal campanha destinada ao tema tem abordado aqueles que ficam após uma morte por suicídio.

2 OBJETIVO

Relatar a experiência de discentes do Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica de uma Universidade Privada em relação à Campanha do Setembro Amarelo, e suas reflexões acerca de como os enlutados por suicídio são abordados.

3 METODOLOGIA

Este trabalho trata-se do relato de experiências dos autores na campanha do Setembro Amarelo nos anos de 2019 e 2020. No primeiro ano, os pesquisadores participaram da campanha em instituição de ensino superior na cidade de Recife, promovendo ações direcionadas para comunidade acadêmica e o público externo. Atividades como o plantão psicológico, divulgação dos serviços das redes de saúde e rodas de conversas com alunos do curso de Psicologia. Já em 2020, em virtude do cenário da pandemia da Covid-19, os pesquisadores foram convidados para palestras com alunos e professores em universidades dos estados de Pernambuco, Bahia e Ceará, no modo remoto.

Durante as campanhas, os pesquisadores lançaram mão do diário de campo como espaço de reflexão e registro das experiências. O diário de campo é um recurso metodológico, proposto pela etnografia, que permite a descrição das afetações daquele que está em campo. Na pesquisa atual o diário foi utilizado a partir da proposta de Aun e Morato (2017) que compreendem “Os diários são como marcas em forma de escrita-depoimentos rememorados. Escrever é comunicar, é narrar... Comunicando algo vivido e sentido, um diário é como um tecer de muitas histórias interligadas” (p. 123).

Seguindo tal direcionamento, foram construídas narrativas por cada um dos autores em seus diários pessoais, e posteriormente, compartilhados entre eles com a finalidade de refletir sobre as suas experiências. Os pressupostos teóricos adotados foram os da Fenomenologia Hermenêutica de Martin Heidegger. Para Feijoo (2018), a Fenomenologia e a Hermenêutica são caminhos possíveis para as pesquisas com temáticas em Psicologia, uma vez que a atitude fenomenológica permite ir ao fenômeno, como ele é, em sua mostração.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setembro amarelo costuma ser veiculado pelas mídias sociais, convocando as pessoas à prevenção do suicídio e à valorização da vida. A ênfase dada diz respeito à observância de sinais comportamentais e verbais, e fatores de risco que possam garantir a identificação das pessoas em vulnerabilidade, além do compartilhamento de dados epidemiológicos que corroborem com a necessidade de ações preventivas. Informações colhidas em manuais e cartilhas que discutem o tema (ABP, 2014; OMS, 2000) são reproduzidas, em alguns contextos, como verdades preestabelecidas, e atitudes

padronizadas que poderiam garantir uma prevenção enquanto antecipação e impedimento do ato (FEIJOO, 2018)

Nas campanhas realizadas pelos pesquisadores em 2019 e 2020, foram promovidas discussões que buscaram tanto colaborar com a quebra de tabu ainda existente em relação ao tema, como a promoção de informações mais críticas que aquelas comumente reproduzidas. Além disso, buscou-se promover espaços de acolhimento para toda a comunidade – neste intuito, fomos testemunhas de narrativas marcadas por experiências de perda por suicídio, ou ainda de situações em que familiares e amigos próximos frequentemente tentavam pôr fim à vida. Esta última situação, apesar de não se configurar como um luto por suicídio para a literatura vigente, aponta para um enlutamento numa perspectiva da relação afetiva – que é afetada por meio da anunciação do desejo do outro de pôr fim à vida.

No ano de 2020, o cenário pandêmico provocado pela Covid-19, no mês de setembro, transformou as redes sociais, em murais de campanha de prevenção ao suicídio. Fatores de risco e proteção, sinais de risco, dicas do que deve e não deve ser feito em caso de comportamento suicida e lives de valorização à vida invadiram a internet, e se por lado, houve uma ampliação na divulgação da campanha e de informações cientificamente relevantes, por outro, houve uma massificação, ou melhor, uma banalização do assunto, pois este era reproduzido, muitas vezes, sem muita criticidade. Isto nos fez questionar se, de fato a campanha do Setembro Amarelo estava promovendo a reflexão sobre o fenômeno.

De maneira geral, sejam nas ações presenciais em 2019, ou nas remotas, no ano de 2020, observamos pouco destaque aos enlutados por suicídio, e até mesmo as repercussões que algumas informações divulgadas podem ter para estes. Compreendemos a necessidade de abordar os impactos aos enlutados, pois diante de um luto tão particular e estigmatizado desvelam-se tonalidades afetivas diversas como tristeza, raiva, culpa, vergonha e saudade.

Observa-se frequentemente uma hiperinformação veiculada em ações e nas redes sociais de que 90% dos casos de suicídio podem ser prevenidos (ABP, 2014; BOTEGA, 2015). Tal discurso parece reforçar a ideia da prevenção, embora em discussão com os alunos do curso de Psicologia, presencialmente, no ano de 2019, e com os discentes e docentes em diferentes universidades de cidades do Nordeste, remotamente, no ano de 2020, compreendemos ser possível ressoar nos sobreviventes: a culpa por não ter percebido os sinais comportamentais, a raiva por não ter conseguido prevenir um caso tão

próximo, a frustração, dentre outras disposições afetivas, podendo levar ao sofrimento psíquico.

Além disso, o acolhimento a estas pessoas se mostra, tanto na campanha, como na literatura, centrado em uma preocupação com a possibilidade de apresentarem risco de suicídio. É comum haver uma certa tensão no acompanhamento dos “sobreviventes”, pois há uma ideia de que a vivência do suicídio de alguém próximo, aumente a probabilidade de uma tentativa de suicídio, configurando este enlutamento como um fator de risco (TAVARES, 2013). Mas para onde essa informação realmente aponta? Essa compreensão da literatura resulta em benefícios para os sobreviventes que tem ideiação suicida ? Esta deveria ser a maior preocupação diante de uma experiência tão profunda de luto?

Deste modo, surgem outros questionamentos: Como os enlutados por suicídio sentem-se durante o Setembro Amarelo? Quais as possíveis ressonâncias dessa campanha em suas experiências de luto e em suas afinações? Como tem sido ofertado o cuidado a estas pessoas? Temos conseguido ouvir e acolher os enlutados por suicídio?

5 CONCLUSÃO

A campanha Setembro Amarelo traz à tona a discussão de um fenômeno que atravessa a existência humana, mas que ainda se constitui um tabu – o suicídio. Através das ações propostas pode-se promover um espaço de reflexão sobre o tema. Entretanto, tem-se percebido um enquadramento das ações que privilegiam a prevenção e, em contrapartida, dificultam o olhar para outros personagens que vivenciam o fenômeno – os enlutados por suicídio.

Nessa direção, interroga-se como a campanha tem normatizado nosso olhar para o suicídio? Através das campanhas é possível acolher aqueles que perderam alguém por suicídio? Frente a essas possibilidades compreensivas, emerge o questionamento: seria possível pensar em uma outra configuração da campanha que abarque os modos de cuidado tanto para aqueles que pensam em pôr fim à vida, quanto para os enlutados por suicídio? Seria possível ações que acolham os enlutados e a divulgação de informações que estejam afinadas/sensíveis à experiência também deles?

REFERENCIAS

Aun, H. A., & Morato, H. T. P. (2017). Atenção Psicológica em Instituição: Plantão Psicológico como cartografia clínica. In H. T. P. Morato, C.L.B.T. Barreto, & A. P. Nunes. **Aconselhamento Psicológico numa perspectiva fenomenológica existencial: uma introdução** (pp.121-138). Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), Comissão de Estudos e Prevenção de Suicídio. (2014). **Suicídio: Informando para prevenir**. Brasília: CFM/ABP.

BOTEGA, Neury José. **Crise suicida: avaliação e manejo**. Porto Alegre: Artmed, 2015.
FEIJOO, A. M. L. C. Uma análise crítica dos estudos fenomenológicos sobre suicídio. In A. M. L. C. Feijoo (Org.). **Suicídio: entre o morrer e o viver**. (pp.67- 104). Rio de Janeiro, RJ: IFEN, 2018.

MINOIS, G. **História do suicídio: a sociedade ocidental diante da morte voluntária**. Traduzido por Fernando Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2018.

Organização Mundial da Saúde. (2000). **Prevenção do suicídio: um manual para profissionais da saúde em atenção primária**. *Genebra; OMS; 22 p.*

Organização Mundial da Saúde. (2019). **Suicide in the world: Global Health Estimates**. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/326948/WHO-MSD-MER-19.3-eng.pdf?ua=1>

TAVARES, M. Suicídio: uma questão de saúde pública e um desafio para a Psicologia Clínica – Capítulo IV. CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **O Suicídio e os Desafios para a Psicologia** – Brasília: CFP, 2013.

WELANG, B. Suicídio: uma questão de saúde pública e um desafio para a Psicologia Clínica – Capítulo II. CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **O Suicídio e os Desafios para a Psicologia** – Brasília: CFP, 2013.