



## Com foco na empatia, campanha nacional de conscientização sobre depressão é lançada pela Medley

*- Com o mote #PodeContar, a campanha destaca por meio de uma abordagem mobilizadora e com embasamento científico como a empatia pode ser um fator de transformação no combate à depressão -*

**São Paulo, 13 de novembro de 2018** - A Medley, unidade de negócios responsável por genéricos e similares da Sanofi, apresenta a campanha nacional de conscientização sobre a depressão a partir de uma perspectiva inovadora: a empatia. Com o mote #PodeContar, o movimento levará informações sob uma abordagem mobilizadora e com embasamento científico. O objetivo é estimular a quebra do paradigma da doença relacionado aos seus estigmas e preconceitos.

De acordo com dados da Federação Mundial para a Saúde Mental, mais de 70%<sup>1</sup> dos indivíduos com depressão não falam ou conversam sobre a doença porque sentem vergonha de serem julgados e receio de sofrerem preconceitos. A Campanha #PodeContar engaja as pessoas a contarem sobre a depressão para alguém de confiança, ressaltando também a importância do papel de podermos contar com um amigo, companheiro, familiar ou colega de trabalho que pratica a empatia e está disposto a se colocar no lugar do outro. Este pode ser o primeiro passo nesta jornada para que as pessoas com depressão se sintam empoderadas a buscar ajuda médica.

“Muitos têm vergonha de expor o que estão sentindo. Sentem vontade de falar sobre suas dores ou problemas, mas têm medo de serem considerados fracos. Esse comportamento tem relação com a qualidade das nossas interações. Estamos hiperconectados pelas redes sociais, mas não cultivamos relações reais. O vínculo com o outro é extremamente importante”, afirma Dr. Táki Cordás, Coordenador da Assistência Clínica do Instituto de Psiquiatria do HCFMUSP.

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), mais de 300 milhões de pessoas vivem com depressão no mundo todo. Menos da metade dos pacientes deprimidos procuram ajuda ou são tratados. Nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, a taxa é menor do que 10%, o que é um ponto que merece atenção, pois cerca de 11,5 milhões de brasileiros sofrem com a doença, sendo o maior número de casos na América Latina<sup>2</sup>.

“Entender que a depressão é uma doença é o primeiro passo para buscar ajuda e receber o diagnóstico. A depressão é provocada por um desequilíbrio químico no cérebro, o qual



vai necessitar de algumas medidas terapêuticas para voltar ao seu funcionamento normal. Saber disso é extremamente útil, tanto para o deprimido quanto às pessoas próximas. O paciente deixa de se culpar, favorecendo que familiares e amigos encarem a depressão numa perspectiva mais solidária”, explica Dra. Carmita Abdo, Presidente da Associação Brasileira de Psiquiatria.

A empatia é a capacidade de sentir as emoções das outras pessoas, imaginando o que elas poderiam estar pensando ou sentindo em determinada situação<sup>3</sup>. Psicoterapeutas com frequência a usam para compreender as motivações, afetos e comportamentos do paciente para poder ajudá-lo<sup>4</sup>. Mas este recurso não precisa ser usado apenas por eles, especialmente na hora de ajudar alguém próximo e que está passando por um problema ou precisando de ajuda, pode ser também aplicado por qualquer indivíduo em um processo de apoio e transformação com aqueles que estão ao seu redor. De acordo com a Associação Americana de Ansiedade e Depressão, abraçar a empatia é hoje uma das formas de reverter quadros de ansiedade e depressão generalizados<sup>5</sup>.

“Trata-se de uma campanha com uma abordagem que usa o embasamento científico para provocar uma transformação nas atitudes das pessoas. A Medley quer ser parte importante da conscientização da população sobre a relevância da empatia para a desmistificação da depressão. Acreditamos que a saúde está nos detalhes e vai além do diagnóstico médico, por isso, buscamos proporcionar conhecimento por meio de nossas ações. Ter alguém com quem contar pode ser o primeiro passo para um diagnóstico da depressão”, explica Carlos Aguiar, Diretor da Medley.

Com essa proposta, a Campanha terá várias iniciativas. Entre elas, a concepção da plataforma #PodeContar, disponível em [coletivopodecontar.com.br](http://coletivopodecontar.com.br). No site são publicados conteúdos relevantes, segmentados entre páginas com informações para quem precisa de ajuda e quem está disposto a ajudar, como depoimentos de quem passou pelo tratamento, diferenças entre a depressão e ansiedade, textos sobre a doença, além da importância da empatia. Com a curadoria da Medley, especialistas no assunto como a Dra. Carmita Abdo, e o Dr. Táki Cordás – além de influenciadores digitais – elaboram conteúdos relevantes sobre assuntos relacionados à depressão e empatia para diversas plataformas, como podcasts.

Juntos, PC Siqueira, Carol Burgo, Hillan Diener, Juliana Luna, Lua Fonseca, Joanna Canabrava, Uyara Torrente e especialistas no tema fazem parte do primeiro coletivo de pessoas dispostas a mudar o cenário da depressão no Brasil, o Coletivo #PodeContar. O grupo promoverá tours com debates e apresentações sobre depressão e empatia nas cidades de São Paulo, Salvador e Rio de Janeiro em 27 de novembro, 4 e 12 de dezembro, respectivamente.



“Diferente da simpatia, que refere-se à tristeza sentida diante do infortúnio alheio e pode estar intimamente ligada à pena, a empatia nos faz calçar o sapato do outro e ver a situação por outra perspectiva. As iniciativas da campanha valorizam o ato de contar com alguém para auxílio na jornada da doença. A Medley é a marca que pretende ajudar a quebrar o paradigma da depressão e levar essa conversa para que as pessoas entendam a importância dessa abordagem”, diz Daniele Cunha, Gerente de Branding da Medley.

Daniele ainda ressalta que a Medley está protagonizando uma mudança na forma de se comunicar com o consumidor no setor farmacêutico, investindo em plataformas digitais, canais de comunicação e experiências diferenciadas para estreitar o relacionamento com os consumidores. “Estamos apostamos em experiência de marca, no âmbito real e digital, para propor mudanças de comportamento à população, apresentando tratamentos não farmacológicos e provendo o bem-estar e saúde”, conclui a gerente.

#### Referências

1. World Federation for Mental Health and World Organization of Family Doctors – The Painful Truth [acesso em 07 out 2018]. Disponível em: <https://wfmh.global/wp-content/uploads/DEPRESSION-AWARENESS-PACKET-ENGLISH-2010.pdf>
2. Nações Unidas no Brasil [homepage na internet]. OMS registra aumento de casos de depressão em todo o mundo; no Brasil são 11,5 milhões de pessoas [acesso em 01 out 2018]. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/oms-registra-aumento-de-casos-de-depressao-em-todo-o-mundo-no-brasil-sao-115-milhoes-de-pessoas/>.
3. Berkeley University - Great Good Science Center [homepage na internet]. What is Empathy? [acesso em 08 Out 2018]. Disponível em: <https://greatergood.berkeley.edu/topic/empathy/definition>
4. American Psychological Association - APA Dictionary of Psychology [homepage na internet]. Empathy [acesso em 08 Out 2018]. Disponível em: <https://dictionary.apa.org/empathy>
5. Anxiety and Depression Association of American [homepage na internet]. Empowering Empathy and Mental Wellness [acesso em 8 Out 2018]. Disponível em: <https://adaa.org/learn-from-us/from-the-experts/blog-posts/consumer/embracing-empathy-and-mental-wellness>

#### Sobre a Medley

A Medley ([www.medley.com.br](http://www.medley.com.br)), unidade de negócios responsável pela produção de medicamentos genéricos, referência e similares da Sanofi, está há 21 anos no mercado. Atua nas áreas terapêuticas de cardiologia, saúde feminina, sistema nervoso central e gastroenterologia. Em 2018, conquistou pelo segundo ano consecutivo o prêmio Top of Mind<sup>1</sup>, da Folha de S. Paulo, como marca de genéricos mais reconhecida pelo consumidor. Em 2017, o laboratório também foi campeão, pelo oitavo ano consecutivo, do Prêmio Marcas de Confiança<sup>2</sup> (Seleções/ Datafolha). Além disso, a Medley é o laboratório de genéricos de maior confiabilidade e recomendação de médicos e farmacêuticos, de acordo com pesquisa IBOPE em 2014<sup>3</sup>, e ganhou também o prêmio Empresas que Mais Respeitam o Consumidor<sup>4</sup>.

#### Referências

1. Prêmio Folha Top Of Mind – Categoria de medicamentos Genéricos 2017.



2. Prêmio Marcas de confiança - Revista Seleções 2017 – categoria medicamentos genéricos.
3. Pesquisa realizada com o Instituto IBOPE Inteligência entre 1/10 e 10/11/2014 com 1.000 médicos, por telefone, nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Brasília, Fortaleza, Belém e Florianópolis.
4. Prêmio Empresas que mais respeitam o consumidor 2017 – categoria Indústria

**Para mais informações:**

**Imagem Corporativa**

Assessoria de Imprensa Medley

Julliana Salgado | (11) 3526-4592 | [julliana.salgado@imagemcorporativa.com.br](mailto:julliana.salgado@imagemcorporativa.com.br)

SABRAGE.MDY.18.11.0370