

CLIENTE: CVV

MARCA/PRODUTO: CVV

JOB: Campanha de conscientização sobre depressão e ansiedade para prevenção do suicídio

1) QUAL O PROBLEMA/OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO QUE A COMUNICAÇÃO DEVE RESOLVER?

Uma pessoa a cada 45 minutos comete suicídio no Brasil, mas este número pode ser reduzido. A campanha de conscientização da população sobre os transtornos de ansiedade e depressão busca sensibilizar e levar informação ao maior número de pessoas. O objetivo é tornar a sociedade mais ativa na busca e oferta de ajuda e, assim, prevenir o suicídio.

2) O QUE É FUNDAMENTAL SABER PARA REALIZAR ESTE JOB?

O Brasil é o primeiro no ranking das pesquisas sobre transtorno de ansiedade e depressão na América Latina. O assunto ainda é tratado como tabu, gerando vergonha e medo nos doentes e na família e grande resistência a buscar conhecimento e ajuda.

Hoje, o CVV atende, em média, 1 milhão de pessoas por ano e, entre elas, o número de crianças e idosos vem aumentando. Algumas pesquisas justificam esse boom de crises de ansiedade por conta da influência do imediatismo e hiperconexão causado pela tecnologia. Ao mesmo tempo essa sensação de conexão, revela a realidade de um isolamento social profundo.

3) QUAL COMPORTAMENTO DO TARGET COM RELAÇÃO A ESTA CATEGORIA/PRODUTO/MARCA QUE QUEREMOS MUDAR/REFORÇAR/INTRODUZIR

Pesquisas feitas pela Organização Mundial da Saúde revelaram que 4,4% da população mundial (322 milhões de pessoas) tinham - ou já tiveram - depressão.

No Brasil, esse número aumenta para 5,8% da população. Falando de ansiedade, os números são mais gritantes: 9,3% dos brasileiros é - ou está - ansioso.

Hoje, o CVV tem um papel fundamental na escuta e acolhimento de pessoas que sofrem de algum tipo de transtorno ou instabilidade emocional. Com 2,5 mil voluntários, atende uma demanda de 1 milhão de pessoas por ano e enfrenta várias dificuldades:

- Falar sobre transtorno emocional e psicológico ainda é um Tabu: Falar sobre o câncer, AVC, problemas cardíacos é normal. Gera uma comoção geral nas pessoas e uma grande rede de apoio. Porém, quando o assunto é depressão, ansiedade ou algum transtorno psicológico a sociedade não acha tão relevante. O distanciamento acaba por agravar mais os sintomas.

- As Pessoas têm vergonha de pedir ajuda: O preconceito da sociedade faz com que quem tem algum desses transtornos não se sinta acolhido. O que deveria ser encarado como uma condição médica é visto como fraqueza. Sem apoio, a pessoa acaba por se isolar e, em casos extremos, podem chegar à automutilação ou ao suicídio. Quase a totalidade dos casos de suicídio – 90% - poderiam ser evitados com acolhimento e humanidade. A ajuda está à distância de uma conversa.

- Muitos não consideram que têm algum problema: Muitas vezes, o doente não percebe que suas atitudes são sintomas de um problema de saúde. O mundo atual cobrando urgência pelo sucesso também não ajuda. A vida perfeita criada pelas redes sociais desencoraja a discussão de problemas. Falta empatia e muitos acham que só eles passam por estes problemas, não há referências reais em que se apoiar.

- Falta apoio familiar: Muitas vezes quem está mais próximo não enxerga o que está acontecendo, por desinformação ou preconceito. Encontrar conforto e um tratamento adequado depende diretamente do apoio da família.

Queremos que a sociedade se abra para o momento atual e acolha a população, discutindo esse tema e estimulando as pessoas a se abrirem e procurarem ajuda. Transformar o ambiente de trabalho e familiar para o indivíduo se sentir amparado.

4) QUE PRECISAMOS FAZER/DIZER?

Trazer pessoas de volta a uma vida saudável, garantindo que elas têm apoio e não estão sozinhas.

5) COMO DAMOS SUPORTE A ISSO?

- O CVV dando suporte inicial através de chat, pelas redes sociais, ligações privadas, grupos de apoio, cursos, etc.
- Grupos de psicólogos, psiquiatras, em faculdades e empresas.
- Familiares próximos, algum amigo de confiança.
- Grupos religiosos de apoio

O CVV existe desde 1962 exercendo um papel único e essencial para a sociedade, e sendo protagonista na causa, no Brasil.

O trabalho do CVV é admirável e é capaz de mudar a vida de milhares de pessoas, além de mudar a forma como nos relacionamos com as pessoas no ambiente privado; um legado para a vida toda.

6) QUAIS SÃO AS OPORTUNIDADES DE CANAIS/MÍDIA QUE FARÃO COM QUE AS PESSOAS PARTICIPEM?

Queremos uma campanha que toque o coração das pessoas, que as coloque no lugar dos que sofrem, gerando empatia e mostrando que ansiedade e depressão são problemas médicos que exigem atenção e respeito.

7) ENTREGA PRÁTICA

Um roteiro de um filme de até 60'' capaz de educar e sensibilizar a população sobre os transtornos de ansiedade e depressão, incentivando a procura por apoio psicológico, familiar, CVV.

O que PODE fazer:

1. Falar diretamente sobre suicídio (quebrar tabus) – ser claro.
2. Mostrar depoimentos / pessoas reais. Mostrar que pode acontecer com qualquer um e não dá para adivinhar no rosto.

3. Indicar locais de ajuda: serviço de saúde, psiquiatras, psicólogos, CVV, igrejas/templos religiosos.
4. Mostrar que qualquer pessoa pode tentar ajudar, se colocando à disposição para uma conversa, mostrando-se preocupado / atento à dor dessa pessoa.

O que DEVE fazer:

1. Ao mostrar o problema, apresente soluções: buscar ajuda, conversar com amigos, procurar um profissional habilitado, etc. O vídeo deve, de preferência, acabar “pra cima”. É essa a sensação que quem assiste - e pode estar em situação de risco - precisa ter para buscar ajuda, ao invés de tomar atitudes drásticas. Se possível, indicar no vídeo onde buscar ajuda.
2. Mostrar que a pessoa dá sinais de que está pensando em se matar. Às vezes, são indicações mais claras como falar sobre morte ou ameaçar se matar, outras vezes, mais discretas. A pessoa pode simplesmente reclamar que “não aguenta mais”, “não está dando conta”. Ela pode se isolar, o rendimento escolar ou profissional cair, deixar de fazer atividades prazerosas, mudar hábitos alimentares - comer em excesso ou muito pouco – exagerar no consumo de álcool ou drogas, se desapegar de objetos de afeto ou se despedir direta ou indiretamente das pessoas.
3. Ficar mais ou menos claro que o suicida tenta matar uma dor muito intensa e não exatamente, a si próprio.
4. Mostrar que a sensação de solidão é crucial para a ideia suicida. A pessoa pode estar rodeada de amigos e familiares, ser famosa, rica e saudável, mas, ainda assim, sente-se solitária e pode caminhar para a autodestruição.

O que NÃO deve fazer:

1. Não romantizar o suicídio – ele não resolve o problema de ninguém.
2. Não simplificar a ideia suicida. Quem pensa em suicídio tem uma série de questões mal resolvidas e pressões que não está suportando. Pode parecer que cometeu o suicídio por um fato ocorrido ontem, mas esse fato foi somente a gota d’água de uma história de vida.
3. Não usar frases como “morreu por amor”, “morreu de desgosto”.
4. Não rotular a pessoa e chamá-la de suicida. É uma pessoa com comportamentos suicidas, que tentou suicídio, que cometeu o suicídio. Mas é uma pessoa como qualquer um de nós.
5. Não falar que uma tentativa de suicídio fracassou (ou outra forma de associar incompetência ou falha quando a pessoa sobrevive).
6. Não mostrar cenas explícitas de suicídio (se você viu o filme “Nasce uma Estrela” nessa regravação com a Lady Gaga, deve se lembrar de uma cena que dá a entender o ocorrido sem mostrar claramente o ato).
7. Não apontar ou buscar culpados – sempre será uma escolha da própria pessoa.