

- **Categoría 22: Marketing social**
- **Vivir con cáncer**
- **Bristol Myers Squibb.**
- **Ketchum Argentina**
- **Alejandra Loureiro – Mariana Stornini - Gustavo Averbuj – María Eugenia Vargas – Victoria Aballe – Lucía Satragno**

Síntesis: “Vivir con Cáncer” es una campaña que tiene como objetivo compartir historias de personas que han sido afectadas por el cáncer para transmitirle a la sociedad cómo es vivir con la enfermedad para lograr mayor comprensión e inspirar a más acción. Pone de relieve la calidad de vida de los pacientes, la importancia de la familia y otros cuidadores e intenta sacar el estigma de la palabra “cáncer”.

1. Introducción (planteo y diagnóstico)

Bristol Myers Squibb es una compañía biofarmacéutica mundial con la misión de descubrir, desarrollar y proporcionar medicamentos innovadores que ayuden a los pacientes a sobreponerse a enfermedades graves. Su misión es transformar la vida de los pacientes a través de la ciencia.

Se encuentra en la búsqueda permanente de medicamentos con potencial transformador en enfermedades como cáncer, hematología, insuficiencia cardíaca, fibrosis, esclerosis múltiple, psoriasis y neurociencia.

Su enfoque son los pacientes y sus familias, ellos crean un sentido de urgencia que los motiva a trabajar de manera más inteligente, más rápida y mejor. Los pacientes están en el centro de todo lo que hacen, son su inspiración.

“Vivir con Cáncer”, es una iniciativa de Bristol Myers Squibb junto a la Asociación Argentina de Oncología Clínica (AAOC), que está inspirada en los pacientes, en sus familias, en su entorno. El cáncer es una enfermedad que afecta no sólo al paciente que recibe el diagnóstico sino también a su entorno familiar, laboral y a distintos sectores de la sociedad en general. Cuando la noticia llega para quedarse, comienza un nuevo capítulo donde se aprende a cada paso.

El proyecto busca hablar del cáncer, que las personas afectadas puedan nombrarlo, compartir sus experiencias que, sin duda, serán transformadoras en sus vidas, pero también mostrar un mensaje de esperanza. La ciencia avanza y cada vez hay más tratamientos que permiten, no solo atravesar la enfermedad con calidad de vida, sino una sobrevida que era impensada tiempo atrás.

“Vivir con cáncer” permite compartir las historias de personas que han sido afectadas por el cáncer y visibilizar sus experiencias de vida ayuda a generar conciencia sobre la importancia de la prevención. A través de estas historias personales, repletas de desafíos, queremos lograr una mayor comprensión de lo que implica vivir con cáncer e inspirar a la sociedad a más acción y mejor apoyo.

Para la narración de estas historias, se convocó a Juan Pablo Varsky, quien entrevistó a 10 personas que compartieron su testimonio y hablaron de esta enfermedad desde distintas perspectivas: como pacientes, familiares de pacientes, líderes de ONGs, oncólogos y psico-oncólogos y especialistas en cuidados paliativos.

Todos ellos con su testimonio nos muestran cómo es Vivir con Cáncer, qué sucede con el diagnóstico, como transcurrieron el tratamiento, cómo se transforma su vida, sus miedos, aprendizajes y el apoyo que reciben de su entorno, no solo familiar, sino de los equipos médicos y de otros pacientes y Asociaciones de Pacientes que son clave para ayudar a guiar, contener y acompañar durante este proceso tanto a quienes presentan la enfermedad, como a sus familias y cuidadores.

Vivir con Cáncer pretende también ser un sitio de referencia para los pacientes y sus familias, un lugar pensado para encontrar información y datos de interés sobre distintos tipos de cánceres.

El proyecto cuenta con el apoyo y el aval médico de la Asociación Argentina de Oncología Clínica (AAOC) y de las asociaciones SOSTEN, Fundación de Pacientes con Cáncer de Pulmón (FPCP) y Linfomas Argentina.

2. Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

La campaña comenzó a producirse en septiembre de 2019, con la intención de lanzarse el 4 de febrero de 2020 en el marco del día mundial del cáncer.

El objetivo de la campaña es instalar en la agenda pública conversaciones alrededor del cáncer con una mirada centrada en el paciente. A través de las distintas entrevistas se buscó visibilizar las distintas perspectivas: los pacientes cuentan lo que sintieron desde el diagnóstico hasta la actualidad, los familiares de pacientes hablan sobre cómo acompañar a una persona con cáncer y la importancia de su círculo íntimo, los líderes de las Asociaciones exponen cómo transformaron lo que les pasó en un capital para ayudar y brindar contención a otros pacientes y los profesionales de la salud (oncólogos, psico-oncólogos y especialistas en cuidados paliativos) dan cuenta de los adelantos científicos en los tratamientos que han permitido que el cáncer hoy se convierta en una enfermedad menos estigmatizante y cómo acompañar a los pacientes a transitar la enfermedad. Juan Pablo Varsky transitó la enfermedad de su madre junto a ella y aporta desde su propia vivencia comentarios en primera persona.

La estrategia era reunir actores clave y juntos, a través de entrevistas profundas, íntimas, sinceras y cada uno desde su lugar, contar su experiencia, dar su mirada sobre el tema a fin de lograr un producto final que sirva a otros que hoy empiezan a transitar el camino de aprender a Vivir con Cáncer.

Queríamos visibilizar estas experiencias de vida, mostrar al cáncer desde ese lugar para generar conciencia en la sociedad en general sobre la importancia de la prevención, el diagnóstico oportuno como así también la contención e información. Lograr una mayor comprensión del desafío que implica vivir con cáncer inspirará a la sociedad a más acción y mejor apoyo.

3 Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

1. El proyecto implicó una *etapa de pre producción (septiembre 2019)*
 - Se entrevistaron y seleccionaron distintos perfiles que nos contaron sus historias y experiencias con la enfermedad.
 - Se definió quien sería el entrevistador y las locaciones para las filmaciones.
 - Se desarrolló el guion de cada una de las entrevistas.
 - Se creó un micrositio para alojar el programa (www.vivirconcancer.net).
2. *Etapa de producción (octubre/noviembre 2019):* filmación de las 10 entrevistas.

ENTREVISTAS A EX PACIENTES: nos cuentan lo que sintieron desde el diagnóstico hasta la actualidad

- **SUSANA QUARTO (Ex paciente).** 71 años, jubilada.
Diagnóstico con metástasis de melanoma.
Tratamiento con inmunoterapia. Hace más de un año que está sin tratamiento.
- **FLORENCIA BOERI (Ex paciente).** 41 años. Psicóloga empresarial. Casada y con dos hijos.

Diagnosticado con melanoma, estadio 4. Tratamiento por drogas vía oral / Tratamiento con inmunoterapia.

Termino el tratamiento, esta con controles regulares en remisión completa.

- **GERMAN OROZCO (Ex paciente).** 43 años. Entrenador de la selección de hockey Los Leones. Casado.

Diagnosticado con Linfoma de Hodgkin en el año 1999

Tratamiento: 8 ciclos de quimio y autotrasplante de médula.

Estadio del tratamiento: finalizado. Controles anuales normales.

ENTREVISTA A FAMILIARES DE PACIENTES. Relatan cómo es acompañar a una persona con cáncer y a importancia de contar con un círculo íntimo sólido y brindar apoyo.

- **PABLO MARTINEZ.** 43 años. Su mujer, Leila Marassi, fue diagnosticada con cáncer de mama en 2018. Tienen dos hijos, Pedro (15) y Vicente (9). Luego de un tratamiento de rayos y quimioterapia, está en remisión, con controles periódicos.

ENTREVISTA A ASOCIACIONES DE PACIENTES. Dan cuenta de cómo su experiencia con la enfermedad los impulsó a ayudar a otros que viven situaciones similares para darles las herramientas necesarias para transitar la enfermedad.

- **MARIA ALEJANDRA IGLESIAS. PACIENTE RECUPERADA Y PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN CIVIL “SOSTÉN”.**

Tuvo cáncer de mama hace 16 años. La noticia del tratamiento con quimioterapia le impactó más que el diagnóstico en sí. Tenía dos hijos pequeños (10 y 5 años).

Su tratamiento fue cirugía-quimio-radio. Tiene actualmente 56 años.

Es profesora de Educación Física – rectora de colegio.

- **PETER CZANYO. PACIENTE RECUPERADO Y PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN PACIENTES DE CÁNCER DE PULMÓN (FPCP).**

Le detectaron adenocarcinoma en pulmón izquierdo en marzo de 2003, a los 47 años.

Tratamiento con cirugía (lobectomía del pulmón izquierdo) en abril 2003.

Recuperado con controles normales.

Tiene hoy 63 años. Además de dar charlas motivacionales y contar como el cáncer transformo su vida, nos cuenta como en el año 2009 ascendió al Aconcagua (6000 metros). A sus 63 años y, contra todos los pronósticos, corrió cuatro veces el Cruce de los Andes (100 kilómetros en tres días), finalizó la carrera en el desierto de Atacama, Raid de Los Andes (2013 y 2016) y completó las maratones de Berlín (2015) y Chicago (2016). Es el presidente de la Fundación Pacientes de Cáncer de Pulmón y un activista en la lucha contra el tabaquismo.

ENTREVISTA A MÉDICOS. Hablan sobre los adelantos científicos en materia de oncología y los tratamientos de vanguardia que han permitido que el cáncer hoy se convierta en una enfermedad menos estigmatizante y, en muchos casos, incluso crónica.

- **MATÍAS CHACÓN.** Ex presidente de la Asociación Argentina de Oncología Clínica; Director del Primer Curso Complementario de la AAO; y subjefe de Oncología Clínica del Instituto Fleming (Buenos Aires).

ENTREVISTA A PSICOONCÓLOGA Y A MEDICO ESPECIALISTA EN CUIDADOS PALIATIVOS.

Cuentan cómo se acompaña a los pacientes a transitar la enfermedad. Qué les pasa a las personas que reciben este diagnóstico, cómo se puede ayudarlos.

- **SONIA CHECCHIA.** Psicóloga - especializada en oncología. Miembro del Servicio de Psicooncología del Instituto Alexander Fleming.

- **MATIAS NAJUN.** Jefe del servicio paliativo integral del Hospital Austral. Matías es un médico comprometido con la humanización de la salud, la vida y la dignidad de los pacientes. Fundó el Hospicio Buen Samaritano para ofrecer atención integral, profesional y compasiva a personas sin recursos durante la última etapa de una enfermedad terminal. Acompañó a la familia de Juan Pablo Varsky en el final de la vida de su madre.
- 3. *Etapa de post producción (diciembre 2019/enero 2020).* Edición de las entrevistas en sus versiones largas para el site y versiones cortas para redes.
- 4. *Desarrollo de contenidos.* Sitio web www.vivirconcancer.net y materiales de difusión.

Difusión externa: Campaña 360.

- Medios tradicionales online y offline: La campaña se difundió a todos los medios tradicionales mediante el envío masivo de un comunicado.
- Spots audiovisuales. Se desarrolló y utilizó un canal de YouTube exclusivo para acompañar el proyecto y difundir cada una de las entrevistas.
- Social media: Los spots audiovisuales se realizaron en versiones más cortas aptas para Social Media. Se contempló pauta en Instagram y Facebook para darle mayor visibilidad.
- Podcast en Spotify: las entrevistas audiovisuales fueron publicadas en Spotify en formato de podcasts para que la audiencia pueda escucharlas en cualquier momento del día y en cualquier lugar.

Para presentar la campaña internamente se realizó un evento con empleados en las oficinas de Bristol Myers Squibb con la presencia de Juan Pablo Varsky.

4 Resultados y evaluación

Los resultados de la campaña fueron muy positivos tanto en redes como en prensa. En Youtube superamos el millón y medio de visitas, y el sitio web se ha convertido en un espacio de consultas frecuentes.

En prensa obtuvimos más de 25 repercusiones de tono únicamente positivo donde logramos un AdValue superior a la inversión inicial de la campaña.

- **Youtube** - <https://www.youtube.com/channel/UCfJ6Vg43LcNuK79o8Rv-eRA>



Impresiones
1.549.649



Reproducciones
231.290



Clics
19.581

- **Sitio web** - www.vivirconcancer.net



Visitas
16.874