

"Falta de síntomas no es falta de enfermedad"

Cpide, Clucha y Ccura

Premios Eikon Junior 2018

Magalí Camila Arroyo

Universidad Argentina de la Empresa

Facultad de Comunicación

Prog. Conjunto Relaciones Públicas e Institucionales y
Ciencias de la Comunicación Social

Cuarto año

Datos de contacto:

Teléfono: 4687-8024/1562824025
mail: magali-arroyo@hotmail.com

Fecha de entrega:
13/09/2018

Diagnóstico

En el siguiente trabajo se desarrollará el plan de una campaña de comunicación para la concientización de la Hepatitis C en el territorio argentino. A tal fin, se realizó una investigación sobre la enfermedad y su tratamiento en los medios y redes sociales.

La Hepatitis C es una inflamación en el hígado ocasionada por el virus VHC, que se contrae usualmente por vía sanguínea, por mantener relaciones sexuales sin protección con una persona infectada o de la madre al bebé durante el parto.

Según la Asociación Argentina para el Estudio de las Enfermedades del Hígado (A.A.E.E.H.), hay 400.000 personas en el país que tienen Hepatitis C. Entre ellas, el 75-85% desarrollan una infección crónica, lo cual significa que no desaparece con el tiempo.

Se trata de una enfermedad que puede ser curada en más del 95% de los casos pero más de la mitad de las personas que la tienen no saben que están enfermos, dado que los síntomas pueden tardar hasta 30 años en presentarse. Por este motivo, es recomendada la realización del estudio de la Hepatitis C (que se lleva a cabo analizando una muestra de sangre) al menos una vez en la vida para saber si una persona es portadora o no.

El precio de los tratamientos resulta una barrera a la hora de combatirla: en Argentina el costo es de US\$7000 dólares y es cubierto por el sistema de salud del país. Además, se encuentran pendientes las solicitudes de una serie de patentes que podrían impedir el acceso asequible de sofosbuvir (medicamento) en algunos países latinoamericanos, entre ellos, Argentina.

Sin embargo, una compañía farmacéutica local ha desarrollado un genérico de dicho producto que fue sometido a un estudio intervenido por diferentes hospitales -entre ellos el Hospital Italiano, el Posadas, el Muñiz, el Hospital Central de Mendoza, el Hospital Rossi- que implicó a 321 pacientes con Hepatitis C crónica. El 58% de los pacientes recibió el genérico y el 95% respondió al tratamiento.¹ El precio de dicho producto es, además, inferior al sofosbuvir.

El presidente de la Asociación Buena Vida, Rubén Cantelmi, explicó que solo reciben tratamiento los pacientes que se encuentran en estado crítico, cuando el estado de su hígado ya está muy comprometido y es demasiado tarde.²

¹ Cantó, Marcelo. "Prueban que el genérico argentino contra la hepatitis C tiene la misma efectividad y seguridad que el original" [2018] [en línea]. Recuperado en <http://argentea.com/probirase-sofosbuvir/> (Consulta: 16 de agosto de 2018)

² Infobae. "Por qué solo el 5% de los pacientes con hepatitis recibe tratamiento" [2017] [en línea]. Recuperado de <https://www.infobae.com/salud/2017/03/14/por-que-solo-el-5-de-los-pacientes-con-hepatitis-recibe-tratamiento/> (Consulta: 16 de agosto de 2018)

Si bien en los últimos años se ha reportado un aumento de casos en aquellos menores de treinta años, los baby boomers (aquellos nacidos entre 1945 y 1969) son el sector etario más propenso a tener Hepatitis C. También son propensas a contraerla aquellas personas que consuman drogas inyectables o por vía intranasal, aquellas que tengan VIH, hayan tenido tatuajes o perforaciones, entre otros.

Algunas de las complicaciones que pueden surgir de la Hepatitis C son la cirrosis, cáncer de hígado o insuficiencia hepática. Aquellos que padezcan la enfermedad pueden recurrir a infectólogos, gastroenterólogos o hepatólogos y se recomienda evitar las bebidas alcohólicas, tomar agua y vacunarse contra las Hepatitis A y B. Por su parte, en la actualidad no hay una vacuna para la Hepatitis C, por lo que para evitar el contagio se debe recurrir a mecanismos de prevención, como el uso de preservativos y evitar las agujas que puedan no haber sido propiamente higienizadas a la hora de hacerse una perforación o tatuaje.

"Necesitamos una campaña masiva que destaque la importancia de controlar la salud hepática mediante un análisis de los anticuerpos para hepatitis ABC y serologías de hepatitis" indicó Ezequiel Riduejo, ex-presidente de la A.A.E.E.H.³ en el marco del Congreso Americano de Enfermedades del Hígado que se llevó a cabo en Washington en 2017.

En efecto, resulta imperativo realizar una campaña de comunicación que explique a las personas los efectos de dicha enfermedad y las incentive a hacerse un análisis, así como concientizarlas sobre la importancia de iniciar el tratamiento si los resultados dieron positivo. De igual modo, sería prudente que la comunidad médica considerase dicho estudio fundamental.

Propuesta y desarrollo

- Situación:

De acuerdo a la información proporcionada por Cecilia Gillabert -directora regional de Comunicación y Relaciones con los Pacientes del laboratorio AbbVie-, el tiempo de permanencia en notas de salud es incluso mayor que el de otras secciones, por lo que hacer uso de los soportes online de los medios podría ser efectivo para difundir la campaña.

A pesar de haberse realizado campañas de concientización, la Hepatitis C continúa siendo una enfermedad sobre la cual hay una falta de conocimiento por parte del público general.

³ Ingrassia, Victor. "Hepatitis: los últimos avances de esta enfermedad silenciosa y curable" [2017] [en línea]. Recuperado en <https://www.infobae.com/salud/2017/12/06/hepatitis-los-ultimos-avances-de-esta-enfermedad-silenciosa-y-curable/> (Consulta: 16 de agosto de 2018)

-Objetivos:

"Conseguir que al menos el 55% de los portadores o posibles portadores de la enfermedad esté predispuesto a realizarse un test o empezar el tratamiento de Hepatitis C, en menos de un año".

"Conseguir que al menos el 55% de los médicos clínicos considere necesario incluir el test de la Hepatitis C en un análisis de rutina, en menos de un año".

-Emisor de la campaña:

La Secretaría de Salud en conjunto con la A.A.E.E.H.

-Públicos:

Personas nacidas entre 1945 y 1969

Jóvenes adultos entre 25 y 30 años

Médicos clínicos

-Mensajes clave:

- Generales:

- "La Hepatitis C puede provocar cirrosis, cáncer de hígado e insuficiencia hepática"

- "Es necesario realizarse el test de la Hepatitis C al menos una vez en la vida para saber si se posee la enfermedad".

- Específicos:

- "No esperes a que aparezcan los síntomas, hacete un test de la Hepatitis C"

- "La Hepatitis C es una enfermedad que suele ser silenciosa. No esperes a que el cuerpo te lo pida, pedí a tu médico que incluya el test en el análisis de rutina".

- "No esperes a que el cuerpo te lo pida, accedé al tratamiento".

- "Falta de síntomas no es falta de enfermedad".

- "El primer paso para curarse es preguntar cómo".

- "¿Por qué esperar a que los síntomas del paciente sean evidentes para diagnosticar?"

- "Cpide, Clucha, Ccura"

-Estrategias:

1) Resaltar la importancia de un diagnóstico temprano a los especialistas médicos mediante mensajes que empleen lenguaje de su uso cotidiano y cifras que evidencien la falta de diagnósticos.

2) Transmitir mensajes a través de los medios de comunicación y redes sociales con vocabulario sencillo y llamadas de atención que recurran a las frases de la vida cotidiana para captar la atención de aquellos que aún no se han hecho un test de Hepatitis C.

3) Instaurar la concepción positiva del tratamiento a las personas con Hepatitis C mediante charlas instructivas, apoyo emocional y motivación.

-Tácticas:

1) Se transmitirán spots con videos en los canales: TN, C5N, Crónica, Trece, Telefé, América.

El primer video comenzará con la llamada de atención "¿Alguna vez escuchaste a alguien decir '¿para qué voy a ir al médico si no me siento mal?' ... La Hepatitis C es una enfermedad que puede tardar hasta 30 años en presentar síntomas...". Se enunciarían así algunos aspectos básicos de la enfermedad, de manera tal que no resultase agobiante.

En un segundo video se dirá "¿Alguna vez escuchaste a alguien decir 'lo importante es la salud'? La Hepatitis C es una enfermedad que puede tardar hasta 30 años en presentar síntomas...". Se mantendrán las mismas características de estilo en ambos clips y se dirá "asegurate de realmente estar sano".

Ambos videos finalizarían diciendo "No esperes que aparezcan los síntomas. Pedile a tu médico que incluya el test en el análisis de rutina". "Con la Hepatitis C, Cpide el test, Clucha y Ccura".

Dichos videos se subirían también a las redes sociales de la Secretaría de Salud y la A.A.E.E.H. y a YouTube.

2) A lo largo de la campaña se publicará contenido sobre la enfermedad y la importancia de realizarse el test al menos una vez en la vida, en las cuentas de Twitter, Instagram y principalmente Facebook de la Secretaría de Salud y la A.A.E.E.H., con los hashtags: #HepatitisC, #testC, #Cpide, #Clucha, #Ccura.

3) A fin de llegar a un público masivo con variables blandas y duras diferentes, se buscará acceder a los dispositivos en vía pública, obtener visibilidad en espacios públicos (plazas y parques muy transitados) y en los medios de transporte público con afiches que contengan mensajes como "Falta de síntomas no es falta de enfermedad. Pedile a tu médico que incluya el test de la Hepatitis C en tu análisis de rutina" o "La Hepatitis C puede causar cirrosis, cáncer de hígado o insuficiencia hepática. No esperes a que el cuerpo te lo pida, accedé al tratamiento". "Con la Hepatitis C, Cpide el test, Clucha y Ccura".

*Estas primeras tácticas buscan que las personas comiencen a notar el surgimiento de la Hepatitis C como tema en los medios y en la sociedad.

4) Se realizarán charlas informativas en centros médicos, haciendo énfasis en la cantidad de personas que padecen la enfermedad sin saberlo para explicar a los médicos la importancia de incluir el test de la Hepatitis C en los análisis de rutina de sus pacientes. El slogan de dichos discursos y la frase con la cual se finalizará cada uno de ellos será "¿Por qué esperar a que los síntomas del paciente sean evidentes para diagnosticar?".

Se apuntará además a obtener espacio en los siguientes medios especializados:

- Revista Argentina de Salud Pública
- Revista Médicos

5) Se repartirán volantes y folletos en las entradas de los centros médicos con el slogan de la campaña ("Cpide, Clucha, Ccura"), que expliquen la importancia de hacerse el test de la Hepatitis C al menos una vez en la vida, recalcando: "La Hepatitis C es una enfermedad que suele ser silenciosa. No esperes a que el cuerpo te lo pida, pedí a tu médico que incluya el test en el análisis de rutina" para que las personas consideren solicitar el estudio y "La Hepatitis C puede desarrollar cáncer de hígado, cirrosis, insuficiencia hepática... No esperes a que el cuerpo te lo pida, accedé al tratamiento" para aquellos que ya saben que poseen la enfermedad y aún no han comenzado a tratarse.

6) Se realizarán charlas abiertas al público en distintas localidades -orientadas a las personas que padecen la enfermedad y a sus familiares- en la que hepatólogos y gastroenterólogos explicarían los cuidados que tiene que tener una persona con Hepatitis C (como por ejemplo, evitar el alcohol) e indicarían los pasos para acceder al tratamiento. Además, la presidente de la A.A.E.E.H. (la Dra. Beatriz Ameigeiras) dará un discurso sobre la importancia de estar predispuestos al tratamiento, de llevarlo a cabo sabiendo que podrá mejorar sus condiciones de vida y efectivamente curarlos de la enfermedad. Se repartirían folletos a los presentes con una síntesis de los aspectos fundamentales de la charla y los datos de contacto de la organización. "El primer paso para curarse es preguntar cómo".

7) Se realizará una convocatoria bajo el slogan "Cpide, Clucha, Ccura", en la que una autoridad de la Secretaría de Salud y la presidente de la A.A.E.E.H., en conjunto con un infectólogo con experiencia, hablarán sobre la problemática.

En primer lugar, el infectólogo explicaría de manera breve en qué consiste la enfermedad, sus medios de contagio, los eventuales síntomas y las consecuencias de no tratarla a tiempo. Luego, la Dra. Beatriz Ameigeiras -quien además de ser la presidente de la A.A.E.E.H. es médica hepatóloga del Hospital Ramos Mejía- hablaría sobre el test de la hepatitis C y el tratamiento que tendría que realizar una persona infectada.

Finalmente, la autoridad de la Secretaría de Salud explicaría la importancia de disminuir las abrumadoras cifras del país.

Se invitaría a periodistas de los medios:

- La Nación -Sociedad (y lanación.com -Salud)
- Clarín -Sociedad (y Clarín.com -Salud)
- Crónica (y Crónica.com -Info General/Bienestar y Salud)
- La Prensa (y laprensa.com -Ciencia y Bienestar)
- Radio Mitre
- Radio La Continental
- TN
- C5N
- Canal Trece

Y se enviará información a:

- El Litoral
- La Voz del Interior

Se buscará además a obtener publicaciones en los siguientes medios de comunicación online:

- Entremujeres -Bienestar
- Infobae -Salud

8) Se realizarán entrevistas a distintos médicos especialistas (infectólogos, gastroenterólogos, hepatólogos) que serán publicadas en las redes sociales de la Secretaría de Salud y la A.A.E.E.H. y en Youtube. Además, se compilarán fragmentos de las distintas entrevistas en un breve video sobre la Hepatitis C que se transmitirá posteriormente en los distintos canales de televisión mencionados en la primer táctica, reiterando el mensaje utilizado en otras instancias de la campaña: "No esperes a que el cuerpo te lo pida, pedí a tu médico que incluya el test en el análisis de rutina" y "No esperes a que el cuerpo te lo pida, accedé al tratamiento de la Hepatitis C". "Cpide, Clucha, Ccura".

*Una vez instalado el tema en los medios de comunicación y en el debate de las personas, se cree prudente realizar esta táctica para darle un respaldo médico a las indicaciones dadas a los públicos, considerando que su iniciativa será mayor si oyen la opinión de distintos especialistas.

Los modelos de tweet de la campaña serán:

Falta de síntomas no es falta de enfermedad. Antes de que el cuerpo te lo pida, pedí el test de la
Hepatitis C #HepatitisC #Cpide #Clucha

Si la Hepatitis C no se trata, puede dañar el hígado. Antes de que el cuerpo te lo pida, iniciá el tratamiento #HepatitisC #Clucha #Ccura

Resultados Esperados

Se considera que una vez finalizada la campaña, las personas comenzaran a tener mayor conciencia de lo importante que es solicitar el test de la Hepatitis C aunque sea una vez en sus vidas y el grado de desconocimiento de la enfermedad en el país disminuirá. De igual manera, se estima que aquellas personas que ya poseen la enfermedad tendrán la predisposición para querer iniciar el tratamiento y curarse. Por otro lado, el test de la Hepatitis C se volverá más común en los análisis de rutina gracias a las acciones con los médicos y la petición de las personas concientizadas.

Cada táctica tendrá su propio método de medición. Para asegurarse de que los objetivos hayan sido alcanzados, se recurrirá a:

- Clippings cualitativos y cuantitativos
- Cantidad de reproducciones en Youtube y análisis cualitativo de los comentarios.
- Análisis cuantitativo y cualitativo de las interacciones de los usuarios en las redes sociales (me gusta, compartir, retweet, comentarios)
- Encuestas a los médicos para saber si incluirían el test en los análisis de rutina.
- Encuestas a las personas en vía pública para saber si solicitarían el test de la Hepatitis C a sus médicos en un análisis de rutina.
- Realizar un conteo de la cantidad de personas que asistieron a cada charla.
- Realizar un conteo de la cantidad de folletos entregados en mano.
- Encuesta breve al final de las charlas para quienes padecen Hepatitis C y sus familiares, con el propósito de verificar su intención de realizar el tratamiento.
- Análisis de las menciones en los medios de comunicación audiovisuales

Una vez finalizada la campaña se deberá verificar que los objetivos hayan sido cumplidos, recurriendo a mediciones que permitan corroborar que el 55% de los públicos seleccionados en ambos objetivos tengan una actitud acorde a las metas del plan.