

Premios Eikon 2017

Categoría 14: Campaña social media.

Capítulo:  
ONG

Título del Programa:  
#PerspectivasEII

Nombre de la Campaña:  
AbbVie Argentina / Fundación Mas Vida

Área:  
Relaciones Públicas

Responsable por la campaña:  
Cecilia Gilabert

Agencia:  
Paradigma PEL Comunicación

Tweet que identifica y define el propósito del programa:  
#PerspectivasEII qué sienten las personas con Enfermedad Inflamatoria Intestinal (EII) desde una mirada artística @fundacionmasvida

## a) Introducción

AbbVie es una compañía biofarmacéutica global, basada en la investigación y comprometida con el desarrollo de terapias innovadoras para algunas de las patologías más complejas y críticas del mundo. Nuestra misión es utilizar la experiencia, la dedicación de nuestra gente y un enfoque único hacia la innovación para mejorar el conocimiento y los tratamientos en cuatro principales áreas terapéuticas: inmunología, oncología, virología y neurociencias. En 175 países, los más de 29.000 empleados de AbbVie trabajan todos los días para avanzar en soluciones de salud destinadas a mejorar la calidad de vida de las personas alrededor del mundo.

AbbVie es un spin-off del laboratorio Abbott. En la Región Sur (Argentina, Chile y Uruguay) inició sus operaciones en 2013 y cuenta en la actualidad con 249 empleados, de los cuales 188 están en nuestro país.

La combinación de nuestras capacidades, sumada a la pasión por lo que hacemos, da como resultado algo poco común en el cuidado de la salud de hoy: una empresa capaz de descubrir y llegar a todos los rincones del mundo con opciones de tratamiento que pueden tener un impacto tangible en la calidad de vida de las personas.

En AbbVie estamos convencidos que el mundo necesita encontrar un nuevo enfoque para enfrentar los desafíos que presenta la salud en la actualidad: no solo ofrecer tratamientos innovadores, sino también contribuir con un mayor conocimiento en la sociedad sobre las enfermedades que podemos prevenir, tratar o curar, con solo lograr que un paciente sea diagnosticado a tiempo.

Nuestra pasión ayuda a los pacientes más allá de la medicina. ¿Qué necesidades tienen? ¿Cómo podemos ayudarlos a mejorar su calidad de vida?

Para AbbVie, los pacientes están primero, identificar sus necesidades nos ayuda a centrar nuestros esfuerzos y nos mantiene con la mira puesta en nuestro objetivo: ayudarlos a mejorar su salud y su calidad de vida.

### Enfermedad Inflamatoria Intestinal

La Enfermedad Inflamatoria Intestinal (EII) es una enfermedad inmunológica catalogada dentro de las llamadas “poco frecuentes”, se estima que más de 20.000 argentinos podrían verse afectados.

Es una enfermedad que se sufre en silencio, ya que sus síntomas están asociados a menudo al estigma y a la vergüenza. Sus síntomas más frecuentes son: aumento en la frecuencia o urgencia evacuatoria, diarrea persistente, dolor abdominal, moco y/o sangrado en las heces, lesiones perianales, fiebre y/o vómitos.

Muchos pacientes creen que no pueden hacer nada por mejorar o temen preguntar y padecen dolores, urgencias y malestar sin buscar ayuda, cuando en realidad si se trata en forma correcta pueden tener una mejor calidad de vida. Dos de las formas más comunes de EII se denominan Enfermedad de Crohn y Colitis Ulcerosa.

La similitud de los síntomas con otras afecciones digestivas o el no reconocimiento de los mismos como una enfermedad, lleva a los pacientes a intentar métodos como la automedicación o restricciones de alimentos para aliviar sus síntomas, sin éxito y suelen tardar mucho en obtener un diagnóstico correcto (pueden demorar hasta 3 años) y acceder a un profesional adecuado (gastroenterólogo) para tratar su enfermedad.

Si bien la Enfermedad Inflamatoria Intestinal (EII) no se cura, sí es tratable, mediante diferentes tipos de medicamentos destinados a reducir la severidad y duración de los síntomas, y evitar o retrasar recaídas o complicaciones.

Para fomentar el diagnóstico de la afección es muy importante establecer estrategias de comunicación que nos permitan hablar de la Enfermedad Inflamatoria Intestinal y de sus síntomas. El desafío es aún mayor al tratarse de enfermedades “poco frecuentes” ¿Cómo generar concientización de estas enfermedades que se conocen tan poco? ¿Cómo hablamos de sus síntomas? ¿Cómo transmitimos lo que sufre el paciente?

Desde AbbVie pensamos que una de las formas de lograrlo es ponerse en el lugar del otro, mirar a la enfermedad desde el punto de vista del paciente, comprender su realidad y entender lo que le pasa, buscar la identificación. Y entendimos que el arte podría ser un camino para expresar en imágenes lo que sienten las personas con EII.

Las redes sociales son hoy un instrumento ideal para llegar todo el país, eligiendo también esta herramienta ya que la edad en que la que predomina el debut de los síntomas es habitualmente la tercera década de vida, adultos jóvenes – en período formativo/productivo – disminuyendo la incidencia con la edad.

Así nació la iniciativa #PerspectivasEII, una campaña de comunicación realizada en conjunto con la “Fundación Más Vida de Crohn & Colitis Ulcerosa”, asociación de pacientes, y cuyo principal objetivo era poder transmitir qué siente una persona con EII. Y lograr, a través de esta identificación/empatía, un mayor acercamiento al conocimiento de la Enfermedad Inflamatoria Intestinal en su conjunto, sus síntomas, su impacto sobre la calidad de vida de quienes la padecen y la dificultad de encontrar ayuda cuando nadie sabe que esta afección existe. Era también un objetivo de la acción, posicionar a la Fundación Más Vida como un referente en el tema y lugar de orientación y ayuda para los pacientes.

Reunimos 4 pacientes que sufren de EII y compartieron con 12 artistas de la fotografía (seleccionados por sus seguidores y engagement en Instagram) sus perspectivas de vida buscando inspirar sus obras, y que puedan así plasmar en una foto qué sienten estos pacientes. Cada artista, debía tomar la emoción que más lo haya impactado y transformarla en una imagen que dieron como resultado las 12 fotos de #PerspectivasEII. Elegimos el lenguaje visual porque es una enfermedad de la que es difícil hablar, y estas poderosas imágenes podían graficar mejor que las palabras los desafíos que enfrentan quienes padecen EII.

Los artistas convocados, entre los cuales se encuentran varios Instagram influencers, postearon sus creaciones en sus cuentas de Instagram con la descripción de lo que habían buscado captar en la imagen y el hashtag #PerspectivasEII

La Fundación Más Vida difundió la iniciativa por diversos medios (redes sociales, prensa, web, encuentros presenciales) para invitar a los pacientes y a la sociedad a sumarse al

hashtag #PerspectivasEII y a compartir no solo las fotos de la acción sino también a sumar sus propias perspectivas.

La campaña se lanzó en el mes de diciembre de 2015 y tuvo su continuidad en 2016 utilizando el marco del Día Mundial de la Enfermedad Inflamatoria Intestinal, el 19 de mayo, para relanzarla y sumar a la acción la página de Facebook de la Fundación Mas Vida y también una fuerte difusión en medios de comunicación tradicionales, con especial foco en sus versiones digitales.

Ver video de la acción: <https://www.youtube.com/watch?v=nyUxYZ4Yd84>

La campaña estuvo dirigida a:

- Comunidad general, con énfasis en hombres y mujeres jóvenes de entre 20 y 40 años.
- Líderes de opinión de redes sociales y medios de comunicación tradicionales que nos permitieran amplificar la acción.

## b) Ejecución del plan

### Selección y encuentro entre artistas y pacientes

La Fundación Más Vida coordinó un encuentro entre 4 pacientes que intercambiaron experiencias de vida y relatos con 12 artistas visuales en un entorno distendido e íntimo. La consigna fue que cada uno de los artistas, con su estilo, entendimiento y creatividad plasmaran en una imagen lo que los pacientes les transmitieron sobre las #PerspectivasEII.

### Producción de las imágenes

Los artistas produjeron obras de alto impacto visual que retrataron en forma vívida los principales aspectos mencionados por los pacientes. Dolor, aislamiento, dificultades, urgencia, lucha, valor, desesperación y otros sentimientos predominantes en la enfermedad.

Algunas de las palabras que dijeron los artistas con sus imágenes:

grossomagpie

Una persona con enfermedad de Crohn o Colitis Ulcerosa siente dolores de panza tan fuertes como si le estuviesen clavando puñaladas. Los brotes de la enfermedad hacen que se sientan imposibilitados a vivir su vida "normal". Es una pelea diaria, una lucha constante. #PerspectivasEII

buenosairescity

En Buenos Aires hay muchos pacientes con enfermedad de Crohn y Colitis Ulcerosa. Las recaídas son los momentos más duros de la enfermedad y necesitan obligatoriamente tener un baño cerca para hacer cualquier plan. Esa dependencia se convierte en una especie de prisión, una restricción de la libertad. Atados, amarrados, sienten inseguridad para desarrollar una vida en plenitud. #PerspectivasEII

donhkoland

Cada paso sobre un camino sinuoso y punzante define lo difícil de vivir con la enfermedad de Crohn y Colitis Ulcerosa. Un camino lleno de síntomas emocionales donde el soporte se convierte en el único sostén para transitarlo. #PerspectivasEII

## Aguspiluso

Cualquier lugar al que vayas se transforma en un baño. La charla que tuvimos con los pacientes de @fundacionmasvida fue intensa, escuchamos sus historias y aprendimos como se le da pelea a la enfermedad de Crohn y a la Colitis Ulcerosa. Sus peores días son cuando están en brote, su rutina deja de ser normal para transformarse en una experiencia abrumadora, la mayoría de los días se enfrenta con la necesidad angustiante de ir a cada instante al baño. Difícilmente pueda salir de su casa o pasar el tiempo con amigos sin pensar en tener un baño cerca. #PerspectivasEII

## Posteo de las fotografías

Una a una, las imágenes fueron circulando a través de Instagram, desde la cuenta de la @fundacionmasvida y de los artistas, así como de otras asociaciones de pacientes, medios y terceros que colaboraron con la difusión.

## Difusión del hashtag #PerspectivasEII

El hashtag de cabecera fue compartido por pacientes, asociaciones e influencers, y continúa siendo utilizado.

Primer video streaming desde la fanpage de Mas Vida, bajo el paraguas de la acción #PerspectivasEII, un paciente en vivo compartió su experiencia y cómo es vivir con EII con los que se conectaron a la acción.

## c) Evaluación/Pruebas:

### Acercamiento de la enfermedad al público:

#### Instagram:

Más de 5.800 likes en las 12 imágenes compartidas por los artistas y la Fundación Más Vida. 226 comentarios a las imágenes posteadas.

#### Facebook:

Las fotos que fueron compartidas a través de la fanpage de la Fundación Mas Vida, tuvieron un alcance potencial de más de: 138.960 personas alcanzadas.

Las diferentes fotos fueron compartidas 559 veces.

### El Video que resume la acción cuenta con:

1593 vistas desde el canal de Youtube de la Fundación Mas Vida

210.339 visualizaciones desde la Fanpage de Mas Vida.

También fue incluido en la difusión periodística en las páginas webs de Clarín y TN de forma directa sin registro de visualizaciones.

### Video streaming:

Más de 100 personas participaron de la acción en vivo y el video cuenta con más de 1.000 reproducciones.

### Medios de comunicación tradicional:

La campaña fue difundida en 46 medios de todo el país durante el año 2016 en el marco del Día Mundial de la enfermedad, destacándose notas en medios tier 1 como Clarín (ver publicación: <https://www.clarin.com/buena-vida/salud/Hinchazon-inflamacion-intestinal->

[importancia-diferenciarlas\\_0\\_NJp0G68M-.html](#)) y TN ([http://tn.com.ar/salud/actitud/que-son-las-enfermedades-inflamatorias-intestinales\\_675893](http://tn.com.ar/salud/actitud/que-son-las-enfermedades-inflamatorias-intestinales_675893)). Alcanzando un total de impactos estimado en: 25.783.317.

Las fotos forman parte hoy del banco de imágenes de los medios y una de ellas fue utilizada como ilustración del Día Mundial de las EII 2017 ([https://www.clarin.com/buena-vida/dolor-panza-senal-alerta-colitis-ulcerosa-enfermedad-crohn\\_0\\_HkXb4ahgZ.html](https://www.clarin.com/buena-vida/dolor-panza-senal-alerta-colitis-ulcerosa-enfermedad-crohn_0_HkXb4ahgZ.html)), en la publicación del diario Clarín, sin ser gestión directa, solo por asociación directa de imagen con las EII.

Posicionamiento de la Fundación Más Vida como referente en EII:

- Reconocimiento en el sitio web de la International Alliance of Patient's Organizations (IAPO) como una iniciativa valiosa y ejemplar para concientizar sobre una enfermedad poco conocida.
- Nota en la revista de la European Federation of Crohn's and Ulcerative Colitis Associations (EFCCA) sobre la acción y destacándola como una buena práctica que une arte y redes sociales en la comunicación. Utilización de una de las imágenes de la acción como tapa de la publicación.
- Más de 460 seguidores en Instagram y 9.000 en Facebook, recordar que hablamos de una "enfermedad poco frecuente". Los números crecieron más de un 20% tras la realización de la campaña.

Seguimiento de la campaña

La galería de arte digital continúa abierta y cada vez que alguien la recorre sigue provocando interés, empatía y cercanía del público para con los pacientes. Sigue sumando likes y es compartida a lo largo del tiempo e invitando al público a averiguar el significado de dichas fotografías, a entender cómo es la vida de una persona que sufre EII.