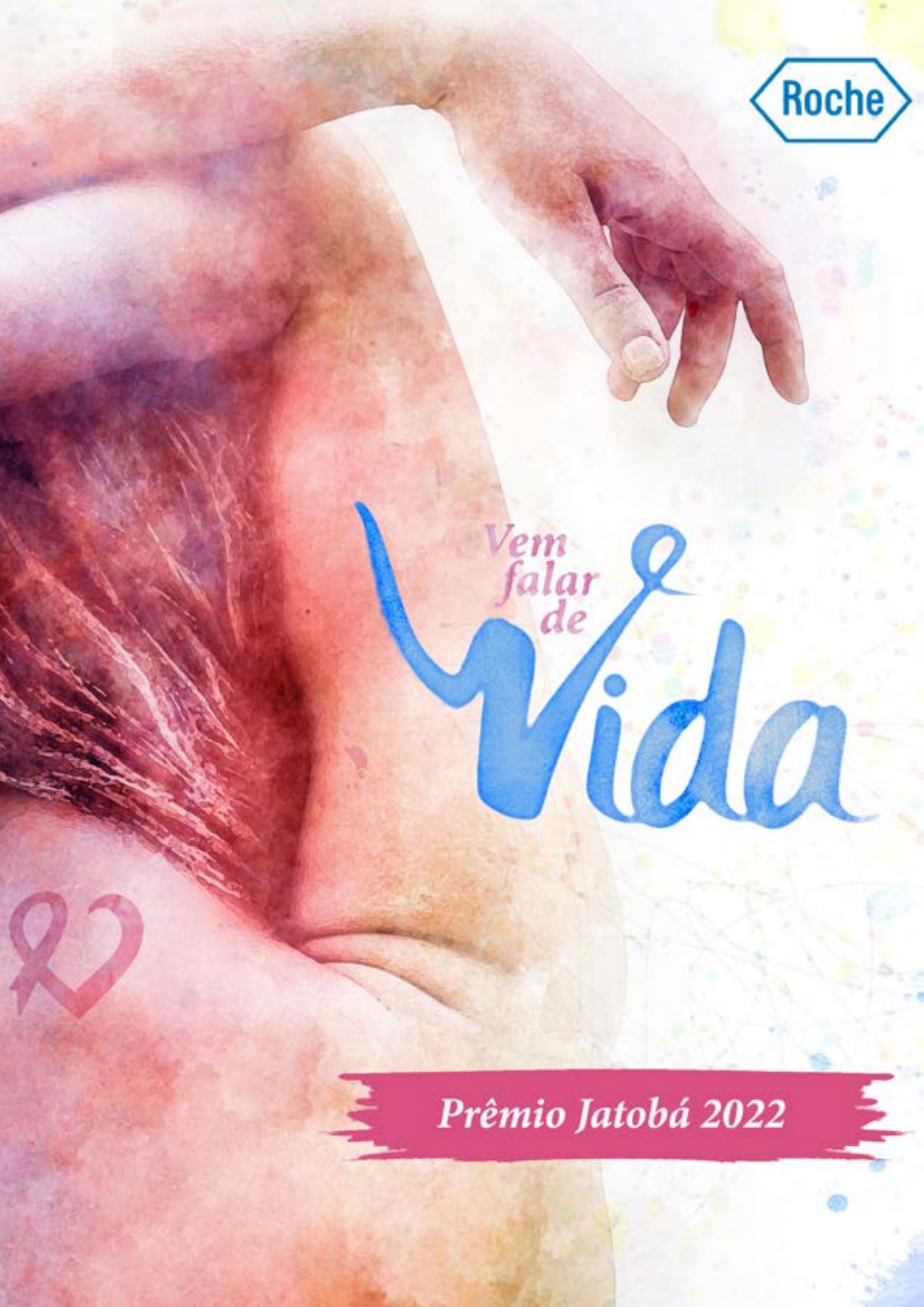




Roche

Vem
falar
de

Vida

Prêmio Jatobá 2022



Índice

1. Sobre o movimento	5
2. Manifesto	6
3. Objetivos	7
4. Pilares	8
5. Parceiros	9
6. Portal	10
7. Resultados	10
8. Ações e iniciativas do Vem Falar de Vida.	12
9. Fechamento	32



Organização:
Roche Farma Brasil

Período do projeto:
Junho de 2021 a Setembro de 2022



1. Sobre o movimento

Durante as últimas décadas, a Roche fez parte da revolução do tratamento do câncer de mama, com medicamentos que mudaram o curso natural da doença, e segue na busca incessante por compreender a necessidade de cada mulher em sua trajetória, de forma inovadora e completa, sem deixar nenhum paciente para trás.

Apesar de tantos avanços, no turbulento ano de 2020 com a pandemia global de Covid-19, os profissionais da Roche se reuniram para refletir sobre os desafios de comunicação em torno do câncer de mama e elencaram uma série de perguntas. Por que as mulheres ainda sabem tão pouco sobre a doença? Por que, muitas vezes, as informações a que se tem acesso não se convertem em atitudes positivas de autocuidado? Por que se fala sobre câncer de mama somente em outubro? Por que o câncer de mama parece interessar apenas às mulheres, e não à sociedade como um todo? As ações de conscientização sobre o câncer de mama podem ser menos fragmentadas? Qual a potência da atuação em rede para contribuir na superação desses desafios?

Essas perguntas nasceram da vivência e convivência com pessoas para as quais o câncer de mama é todo um universo em exploração - pacientes, ex-pacientes, familiares, integrantes da rede de apoio, médico(as), profissionais de saúde, membros de associações de pacientes, gestores(as), colaboradores da indústria, especialistas em comunicação e saúde e executivos de empresas de saúde e de outros segmentos. Qual a potência da atuação em rede para contribuir na superação desses desafios?

A inquietude diante do cenário da doença no Brasil, levou, então, a Roche a conceber o **Movimento Vem Falar de Vida**. Para efetivamente criá-lo, a empresa procurou pessoas, instituições e empresas que já tinham ou estavam abertas a compartilhar desse mesmo propósito. A receptividade e real contribuição deste grupo - que se tornou uma rede e cresce cada vez mais - possibilitou que o movimento fosse lançado em setembro de 2020, um mês antes do velho conhecido Outubro Rosa, passando a efetivamente funcionar como um guarda-chuva colorido, útil, inspirador e que protege a sociedade dos mitos e da desinformação.



O que é falar de vida em câncer de mama?

O câncer de mama impacta a vida de muitas mulheres. Em 2020, segundo o Ministério da Saúde, foram registrados 66 mil novos casos no Brasil, com previsão de aumento de 25% no número de novos casos em 10 anos e 47% em 20 anos, o que torna o tema de interesse de toda a sociedade. E para que o desfecho pós-diagnóstico

seja positivo, além do acesso à informação, é importante evidenciar o papel de quem está ao lado – não apenas da paciente oncológica – mas de toda mulher. A ideia do Vem Falar de Vida é provocar reflexões sobre a responsabilidade de cada um de nós para esse cenário.

Para isso, queremos combater o medo e o estigma, por meio de ações de impactos realizadas o ano todo, não apenas em outubro, mostrando mulheres que vivem com câncer de mama e alcançam conquistas emocionantes em diversos campos de suas vidas.

Há um momento certo para cada decisão na jornada da paciente com câncer de mama, porque cada mulher é única e sua história é só sua. Para todas as mulheres e para a sociedade, desejamos deixar a mensagem de que valorizar a vida também é empoderar-se para o autocuidado e para o cuidado com o outro.

2. Manifesto

Para transmitir de maneira mais direta o propósito do movimento, elaboramos um manifesto, que é utilizado nas diversas ações do Vem Falar de Vida, tanto em formato de texto, como declamado por mulheres de proeminência no universo do câncer de mama em formato de vídeo. Confira, a seguir, o texto completo:

“Se você pensa em uma sentença de morte quando recebe a notícia de que alguém está com câncer de mama, saiba que isso, cada vez mais, deixa de ser verdade para muitas mulheres a partir dos avanços da medicina. Em atenção às milhares de mulheres que lidam com a doença em seu dia a dia e àquelas que ainda receberão o diagnóstico, a sociedade brasileira precisa enfrentar o estigma e o medo. Continuar construindo caminhos para o acesso aos cuidados mais adequados nos momentos certos.

Nosso convite é fazer tudo isso falando de vida, de forma autêntica, com informação e leveza, porque - antes, durante e depois do câncer - existe uma pessoa única, com suas fortalezas e fragilidades. A partir deste movimento pelo autocuidado e pelo cuidar do outro diante do câncer de

mama, nossas ambições são contribuir para o diagnóstico precoce e para o gerenciamento adequado da doença, buscando maiores chances de cura e controle.

Queremos ouvir, conectar e ampliar vozes propondo e participando de pequenas e grandes ações em um movimento forte, transformador e contínuo, à altura de seu desafio. Atuaremos por meio do diálogo, da colaboração, das reflexões e de ações complementares.

Uma inspiração que se concretiza e se multiplica.

Vem com a gente! Vem Falar de Vida!”

3. *Objetivos*



Conexões e ações abertas à sociedade

O Movimento Vem Falar de Vida consiste, principalmente, em ações de comunicação com a sociedade em geral e em ativações focadas na conscientização sobre o diagnóstico precoce, o autocuidado e o empoderamento feminino.

Para muito além de uma campanha, que tem um ciclo de vida pré-determinado, o Movimento é uma coalizão que reúne diferentes agentes da sociedade em prol dos cuidados com a saúde da mulher. Uma rede de propósito para transformar a realidade de quem tem câncer de mama.

Por meio da colaboração, os participantes atuam para ampliar a conscientização sobre o câncer de mama e propor ações que beneficiem o diagnóstico precoce.

As ações são trabalhadas tanto na mídia tradicional, quanto nas redes sociais e em canais proprietários de cada um dos signatários, assim como no âmbito de eventos e outras ativações, seja para o público interno de cada uma das empresas, como também externamente.

4. *Pilares*



1. Informar

Por meio da disponibilização de informações de qualidade para o público geral, incluindo conteúdo para distribuição gratuita, com peças de comunicação para uso interno, externo e em redes sociais.

2. Conectar

Com iniciativas, ações próprias, patrocinadas ou conectadas ao movimento, identificando oportunidades de parcerias entre signatários.

3. Reverberar

A partir da produção e curadoria das postagens e publicações com o Vem Falar de Vida. Além dos projetos apoiados, patrocinados ou conectados ao movimento, nos canais e redes sociais institucionais e/ou Mulher Consciente, portal de saúde feminina da Roche.

4. Agir

Em ações de apoio à conscientização sobre a importância do diagnóstico precoce e gerenciamento adequado do câncer de mama, conectadas ao movimento e desenvolvidas juntamente com as áreas de responsabilidade social.



5. Parceiros

Parceiros signatários do Vem Falar de Vida

A participação é aberta a instituições, organizações não-governamentais e da sociedade civil, associações de pacientes, movimentos sociais, empresas de diversos segmentos, sociedades científicas, pacientes e outras pessoas físicas engajadas no enfrentamento da doença. Para se conectar ao Movimento e fazer parte desta rede, é necessário assinar (virtualmente) uma carta de adesão, além de afirmar concordância e compromisso com os termos do manifesto.

Atualmente, o Vem Falar de Vida conta com mais de 250 signatários, que juntos contribuem para a capilaridade do movimento, amplificando as mensagens de conscientização para impactar cada vez mais mulheres pelo Brasil. Confira a seguir alguns dos parceiros que aderiram à iniciativa:



6. Portal do movimento

Seguindo a proposta de reunir e disseminar informações de qualidade sobre o câncer de mama, trazendo visibilidade ao movimento e aos seus signatários, a Roche criou uma página do Vem Falar de Vida, dentro do portal Mulher Consciente, canal proprietário

O canal funciona ainda como um hub de conteúdo onde ficam reunidos todos os materiais produzidos para o público, como Cartilhas informativas sobre a linha de cuidado da paciente com câncer de mama, disponíveis para download, lives realizadas em parceria com signatários, entre outros materiais.

dedicado a temas de saúde feminina. Pela plataforma, também é possível aderir ao movimento, por meio de um formulário e termo de adesão, facilitando este processo para os interessados em integrar a rede.



7. Resultados

O Vem Falar de Vida, por meio dos canais do Mulher Consciente, está presente nas redes sociais e também se faz presente nas ações de comunicação da Roche e de seus parceiros. O impacto dessas interações

se traduz nos números de alcance, impressões e engajamento, de acordo com as métricas de cada plataforma.

Pessoas alcançadas por nossas ações:



2.485.049



1.543.958



119.989



19.538



418.381

As ações no meio digital, como lives nas redes sociais proprietárias de signatários, impactaram pessoas de todo território nacional com **mais de 3,3 milhões de impressões, alcance de mais de 822 mil pessoas e mais de 260 mil visualizações.**

As ações de comunicação externa, que englobam fóruns de abrangência nacional, lives com veículos de imprensa, branded content e divulgações editoriais para a mídia brasileira, com publicações em jornais, revistas, rádios e TVs, impactaram diretamente **mais de 1,7 milhão de pessoas.**

#VemFalarDeVida



8. Ações e iniciativas do Vem Falar de Vida

Lives de conscientização sobre o câncer de mama

Ao longo de 2021, a Roche em parceria com o Hospital Pérola Byington, promoveu uma série de conversas sobre o câncer de mama, transmitidas pela internet, com o intuito não só de dialogar com pacientes, mas também de impactar todo o público feminino. O conteúdo foi dividido por diferentes temas ao longo do ano:

Janeiro: obesidade, dieta e câncer de mama

Fevereiro: qualidade de vida durante a quimioterapia

Março: pós cirurgia, cuidados e recuperação

Maior: câncer de mama e maternidade

Junho: vida após o câncer de mama

Julho: direito da paciente com câncer de mama

Agosto: câncer em mulheres jovens

Outubro: influência do diagnóstico no tratamento



No total, foram **mais de 540 minutos dedicados a conversas mediadas por especialistas e pacientes que convivem com a doença.**

A série teve **mais de 1 milhão de impressões e mais de 118 mil pessoas alcançadas pelo conteúdo.**

Dia Internacional da Mulher: um dia para se cuidar sempre

O Dia Internacional da Mulher, uma data extremamente relevante para a sociedade, foi marcada, em 2021, pela iniciativa “Um dia para se cuidar sempre”. Aproveitamos a efeméride para, junto com o portal Razões para Acreditar, evidenciar e promover reflexões sobre o câncer de mama e os cuidados com a mulher antes, durante e depois do diagnóstico da doença.

A ação envolveu a rede de maior engajamento do Razões, o Instagram, com duas postagens no feed e cinco stories, além de mais duas postagens no Facebook e um artigo no site, contando a história de Patrícia Dias, que viveu um relacionamento abusivo por mais de 20 anos e só após divorciar e recuperar o controle de sua vida, conseguiu realizar uma consulta médica, que resultou no diagnóstico do câncer de mama.

A primeira postagem com o

questionamento “O que você faz por você mesma?” propôs o engajamento da audiência do canal para que refletissem sobre o que fazem para cuidar de si mesmos. A segunda publicação convidava os seguidores a conhecerem a história de Patrícia.

Já os stories contavam com um painel interativo para que as mulheres contassem o que já fizeram para cuidar de si e de outras mulheres, com opções como: incentivei uma mulher a cuidar da sua saúde, cuidei da minha saúde mental, fui escuta para outra mulher, coloquei meus exames em dia, entre outras opções.

O artigo, publicado no portal, trouxe as mensagens estratégicas do Movimento Vem Falar de Vida, sempre reforçando a importância do diagnóstico precoce, do autocuidado e da rede de apoio.

Com ótima repercussão e depoimentos positivos espontâneos nos comentários, conectados à campanha, muitas leitoras se engajaram compartilhando diferentes maneiras pelas quais praticam o autocuidado, com foco no câncer de mama, inspirando as demais a usar

a tag #UmDiaParaSeCuidarSempre, resultando em mais de 30 mil interações e 714 mil impressões.

Para o público interno, em 2021, a Roche promoveu a iniciativa “Um dia para se cuidar sempre”, como um programa de incentivo para que as colaboradoras tirassem um dia livre ao ano para realizar consultas e exames, sem a necessidade de apresentação de atestados ou comprovações. O objetivo era contribuir para que as pessoas adotassem boas práticas em prol da manutenção da saúde. Isso porque, de acordo com pesquisas internas, muitas negligenciaram esse tipo de cuidado durante a pandemia. Em 2022, a companhia estendeu o programa aos colaboradores homens, para cuidarem de si ou para acompanharem um amigo ou familiar em suas agendas de saúde.



Fórum Oncoguia 2021

O Fórum Oncoguia marca um espaço de grande visibilidade para o debate dos principais gargalos e desafios enfrentados pelos pacientes com câncer no SUS e na saúde suplementar. A Roche e o Vem Falar de Vida apoiaram a edição de 2021, juntamente com a Folha de S. Paulo, viabilizando a cobertura editorial do evento. Na oportunidade, a Roche e o Instituto Oncoguia levaram o tema da

paciente de câncer de mama de alto risco para o debate em uma mesa especial e promoveu de forma paralela um [conteúdo patrocinado \(impresso\)](#) para falar sobre o câncer de mama e como o diagnóstico da doença foi afetado pela pandemia, trazendo um importante alerta para a sociedade para não deixar os exames de detecção de lado.



Tudo isso se traduziu em mais de 354 mil exemplares do jornal impresso com a matéria sobre câncer de mama publicada, mais de 500 visualizações da publicação no jornal online e mais de 13 mil impressões nos stories do conteúdo no Instagram do veículo.



Série de branded content em parceria com O Globo - Selo Celina

Seguindo a proposta de abordar a temática do câncer de mama além do Outubro Rosa, a Roche e o jornal O Globo, por meio do selo Celina, dedicado ao público feminino, promoveram uma série de quatro lives com cobertura editorial do veículo, além de quatro matérias patrocinadas publicadas. Os conteúdos trouxeram as discussões mais atuais discutidas pelos principais especialistas do país, pacientes, influenciadoras e líderes de opinião, começando no mês de setembro de 2021 e terminando apenas em março de 2022. O projeto, em sua totalidade, atingiu aproximadamente dois milhões de pessoas, entre visualizações nas lives e nas matérias editoriais e patrocinadas.

Live - Quem Cuida da Mulher Maravilha?

A primeira live teve participação de duas personalidades cujas mães vivenciaram o câncer de mama: a apresentadora Rafa Brites e a atriz global Renata Castro Barbosa. Ambas compartilharam suas experiências pessoais com mensagens positivas e poderosas a respeito da importância da rede de apoio, da superação e do diagnóstico precoce. No campo das especialistas, houve ainda a participação da mastologista Marianne

Pinotti e da psicóloga Márcia Parga, que abordaram a importância e necessidade de se discutir a realidade das mulheres que dependem do SUS para o tratamento do câncer, além de também esclarecerem sobre os diferentes tipos de tumores e as diferentes abordagens de cuidados para cada um deles. Ao todo, foram mais de 215 mil visualizações entre os canais no YouTube e no Facebook de O Globo.



8. Ações e iniciativas do Vem Falar de Vida

Live - Outubro Rosa e a Importância do Autocuidado

A segunda live, que ocorreu durante o Outubro Rosa, teve a participação da atriz Bruna Lombardi, da médica oncologista do Hospital Beneficência Portuguesa de São Paulo, Dra. Juliana Pimenta e do presidente da Sociedade Brasileira de Mastologia, Dr. Vilmar Marques. O debate permeou os cuidados com a

saúde e bem-estar, seja como forma preventiva ou ao longo do tratamento do câncer de mama, trazendo mensagens de valor sobre a importância dos exames de rastreamento, manutenção da saúde mental, autoestima, alimentação e apoio familiar, alcançando mais de 14 mil pessoas.



Live - Autocuidado: Modo de Fazer

A terceira edição da série de lives teve a participação da influenciadora Linda Rojas, que vivenciou o câncer de mama, da médica mastologista Dra. Luciana Boechat e do oncologista Dr. Sérgio Simon. A discussão focou em aspectos sobre autocuidado antes, durante e após o tratamento, além de trazer o olhar da paciente em um relato emocionante de Linda, que levou uma visão otimista com falas sobre a importância de se amar,

se cuidar e olhar com carinho para si mesma em todos os âmbitos da vida, além de compartilhar brevemente sua experiência com a doença em 2012 e em 2017. A terceira live contou com mais de 1 milhão de impressões e mais de 700 mil pessoas alcançadas, e um total de 328 mil visualizações no YouTube e no Facebook de O Globo.



Conteúdo patrocinado

Paralelamente às lives, o Vem Falar de Vida também produzia com O Globo conteúdos patrocinados divulgados no site da marca e da revista Marie Claire, com

ainda mais informações de interesse sobre câncer de mama e autocuidado. Ao todo foram quatro publicações:

Live - Cuidados adequados para tipos diferentes de câncer de mama

O último encontro da série reuniu três especialistas médicos de renome na oncologia: Clarissa Mathias, da Oncoclínicas Bahia, Debora Gagliato, da Beneficência Portuguesa de São Paulo e do Instituto Vencer o Câncer, e Max Senna Mano, líder de câncer de mama do Grupo Oncoclínicas.

Apesar de uma discussão um pouco mais técnica, os médicos usaram uma linguagem acessível e didática para

facilitar o entendimento do público, tendo auxílio da mediadora, a jornalista Constança Tatsch, na direção do debate e com contribuições pontuais. Entre os principais temas, vale destacar a classificação dos tipos de tumores, o acompanhamento com equipes multidisciplinares, os diferentes tipos de cuidado e comportamentos preventivos.

Os especialistas ainda responderam a perguntas da audiência sobre gravidez,

reposição hormonal e chances de recidiva. A participação dos três especialistas rendeu o maior engajamento e alcance da série, com mais de 1 milhão de impressões e quase 792 mil pessoas alcançadas, com visualizações que chegaram em 385 mil no YouTube e no Facebook de O Globo, finalizando assim a série de lives voltadas para saúde feminina.



Cuidados adequados trazem perspectivas para as mulheres com câncer de mama

A matéria abordou a importância da medicina personalizada para o manejo adequado do câncer de mama, em especial de seus tipos mais graves, passando por questões como a falta de acesso e

contando com entrevista de especialistas como a mastologista Rosemar Macedo de Sousa Rahal, a oncologista Debora Gagliato e a presidente do Instituto Oncoguia, Luciana Holtz.

Câncer de mama: desafio para o enfrentamento da doença no Brasil

Focado em evidenciar os desafios para o enfrentamento do câncer de mama no Brasil, o texto citou a necessidade do diagnóstico precoce para cuidados mais efetivos, trazendo a história da paciente Bianca Benetti, que foi diagnosticada pelo Sistema Público de Saúde. Para fins comparativos, a reportagem citou o estudo Amazona III, que mostrou as iniquidades entre as pacientes do SUS e do serviço

privado, como a diferença no estágio da doença nas mulheres diagnosticadas, com provocações sobre a divisão das responsabilidades entre os diferentes agentes da sociedade: o Estado provendo incitações adequadas, os médicos atuando com a medicina baseada em evidências e o terceiro setor informando, apoiando e defendendo os direitos das pacientes.



Câncer de mama: como as inovações impactam positivamente a vida de pacientes?

A matéria focou nos avanços nos cuidados do câncer de mama, mencionando o desenvolvimento de múltiplas alternativas nos últimos anos e destacando o surgimento de inovações.

A publicação contou com entrevista do médico oncologista e doutor em Ciências Médicas, Max Senna Mano e com a visão da médica oncologista Juliana Martins

Pimenta, que enfatizou a importância do diagnóstico precoce para aumentar as chances de cura da doença.



Cuidado personalizado para o câncer de mama aumenta as chances de vida

A última matéria reforçou a importância da identificação dos tipos de tumor para os cuidados adequados e personalizados. [A matéria](#) trouxe entrevista do Dr. Gilberto Amorim, médico da Oncologia

D'OR do Rio é titular da Sociedade Brasileira de Oncologia Clínica (SBOC), que abordou com otimismo o potencial de cura. O texto ainda contou com a visão de Luciana Holtz, psico-oncologista e

presidente do Instituto Oncoguia, que reforçou a importância de um diálogo franco com a paciente e defendeu a ampliação do acesso ao diagnóstico precoce.

#VemFalarDeVida



Pesquisa happn e Vem Falar de Vida

O happn, aplicativo de relacionamentos baseado em geolocalização, se juntou à Roche e ao Vem Falar de Vida durante o Outubro Rosa, para engajar seus usuários e entender como se dão as discussões sobre saúde nos relacionamentos atuais.

O app disponibilizou uma pesquisa sobre o impacto da saúde nos relacionamentos, com questionamentos sobre o quanto importante é esse assunto antes e durante um relacionamento amoroso, o incentivo dos parceiros

ao bem-estar e até mesmo, de forma mais focada na temática de câncer de mama, o olhar para atitudes voltadas ao diagnóstico.

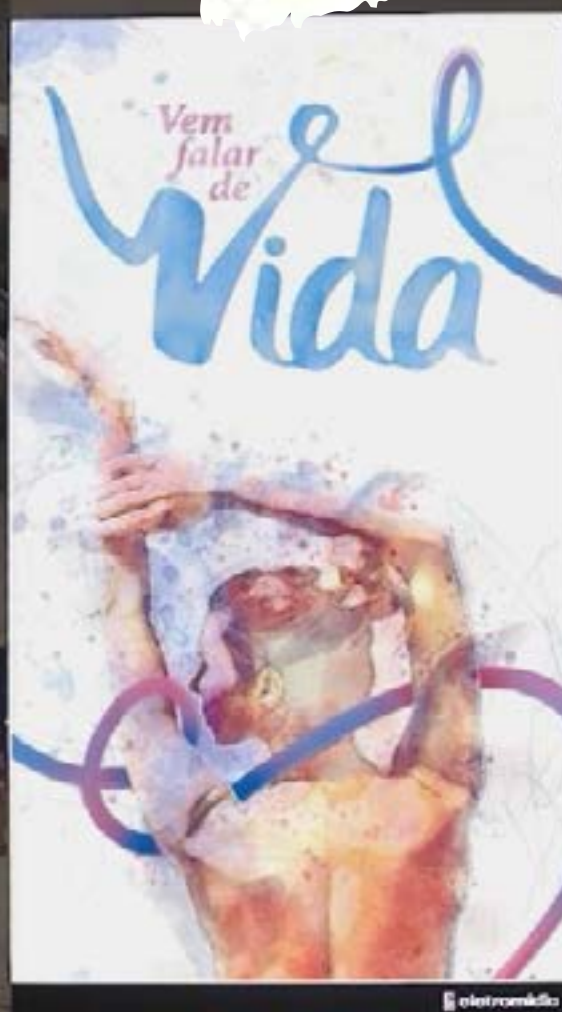
Os resultados obtidos geraram conteúdo para os canais proprietários da Roche e do happn, além de repercussão na imprensa, com publicações em portais como [UOL](#), [Viva Bem](#) e blog do Dr. Jairo Bouer, também no UOL.



Ativação Shopping D e Vem Falar de Vida

Em 2021, como recém signatário do Vem Falar de Vida, o Shopping D, localizado na zona norte da capital paulista, cedeu seu espaço para uma ativação do Movimento. O espaço contava com uma vitrine interativa com uma experiência lúdica para os visitantes, além de diversos

recursos de mídia que repercutiram imagens e vídeos do movimento, trazendo mensagens sobre autocuidado, prevenção e diagnóstico, impactando o público às vésperas do Outubro Rosa.



Artigo - Cuidados adequados e personalizados para o câncer de mama

A convite da Roche e do Vem Falar de Vida, o Dr. Vilmar Marques de Oliveira, presidente da Sociedade Brasileira de Mastologia, escreveu um artigo sobre a importância da personalização dos cuidados com o câncer de mama, que foi publicado com exclusividade no [blog Saúde em Público](#) do jornal Folha de S. Paulo para marcar o Outubro Rosa.

No artigo, o médico mencionou a importância dos cuidados adequados e personalizados para o câncer de mama e abordou os diferentes perfis de tumor e as decisões que envolvem cada um deles. O especialista ainda destaca o Vem Falar de Vida como um movimento necessário para disseminar informações de qualidade sobre o tema e reverberar ações em prol da conscientização sobre o câncer de mama.





Campanhas e ações - Redes Sociais

Onco Para Não Oncos

Com a proposta de promover conversas descomplicadas sobre oncologia na prática, com o respaldo de profissionais qualificados para falar sobre o assunto, tornando a temática mais palpável para o público leigo, o Movimento Vem Falar

de Vida lançou o Onco Para Não Oncos, aulas em vídeo que abordam prevenção, rastreio, diagnóstico. *A ação alcançou mais de 7 mil pessoas nas redes sociais, levando informações acessíveis e de qualidade.*



#Vem
Falar
De
Vida





Amor a Toda Prova

A campanha Amor a Toda Prova convidou colaboradores da Roche, parceiros da coalizão Vem Falar de Vida e a sociedade civil a declararem seu compromisso em ser rede de apoio para as mulheres importantes das suas vidas, utilizando um template afirmativo em suas fotos de perfil nas redes sociais e a tag #AmorATodaProva. Fortalecendo a divulgação, bem como

o compartilhamento de mensagens-chave do movimento, a ação contou com a participação de cinco microinfluenciadores no Instagram (@maribelem; @homempaterno; @magalimoraes; @lc_luizclaudio e @paidecinco). *Ao todo, a ação teve alcance de mais de 10 mil pessoas pelos stories do Instagram e outras 28 mil via feed.*

Podcast Mamilos

O Movimento Vem Falar de Vida, em parceria com o Podcast Mamilos criou a série “95%”, uma áudio-ficção onde as apresentadoras, Cris Bartis e a Ju Wallauer narram a história de Estela, uma mulher que teve câncer de mama e que, após o tratamento, busca a vida que sempre desejou levar, com todos

os seus desafios e dilemas. A história foi construída a partir dos relatos de 7 mulheres que abriram o coração e a suas vidas para compor a narrativa da personagem. A série contou com 4 episódios, disponíveis nas principais plataformas de streaming.



Fórum Oncoguia 2022

Em 2022, a Roche e o Vem Falar de Vida novamente apoiaram o Fórum Oncoguia em sua 12ª edição, e dessa vez a parceria foi além da viabilização da cobertura [editorial do evento pela Folha de S.Paulo](#), contando também com uma live que abordou a realidade e perspectivas no diagnóstico e tratamento precoce do câncer de mama e de pulmão.

A ação contou com a participação do médico William Nassib William Jr, diretor de oncologia clínica e hematologia da BP, que falou sobre a personalização dos

cuidados para os pacientes com câncer de pulmão; Gilberto Amorim, médico da Oncologia D’Or do Rio, que abordou os avanços nas alternativas para o câncer de mama, e Luciana Holtz, fundadora e presidente do Instituto Oncoguia, que elencou os desafios no combate ao câncer, partindo da perspectiva dos pacientes. A live teve mais de 350 visualizações, enquanto o conteúdo de cobertura no online teve mais de 2.600 visitantes únicos e o jornal impresso com o caderno exclusivo de cobertura teve tiragem de 353 mil exemplares.





#VogueSuaIdade

O #VogueSuaIdade, evento dedicado a celebrar a mulher com mais de 50 anos e a desmistificar os tabus relacionados ao envelhecimento, reunindo influenciadores e formadores de opinião, contou com a presença da Roche e do Movimento Vem Falar de Vida em sua terceira edição, realizada em maio de 2022 em sua primeira edição presencial, no Instituto Tomie Ohtake em São Paulo. Na ocasião, o Vem Falar de Vida ganhou um espaço instagramável exclusivo, que funcionou como um convite para que as convidadas

do evento reverberassem as mensagens do Movimento em suas redes sociais.

Na oportunidade, o Vem Falar de Vida promoveu um talk dentro da agenda do evento, que contou com a médica mastologista Fabiana Makdissi, head do Centro de Referência da Mama do ACCamargo Cancer Center e Luciana Holtz, psico-oncologista e presidente do Instituto Oncoguia comentando sobre “O que toda mulher precisa saber sobre câncer de mama”.



#Vem
Falar
De
Vida



O encontro rendeu uma matéria de cobertura que focou na importância da rede de apoio, além de retomar mensagens sobre a importância da mamografia para a detecção precoce do câncer de mama e os diferentes tipos e subtipos da doença. Na publicação, as leitoras da Vogue também foram convidadas a conhecer o Vem Falar de Vida. A matéria publicada pela Vogue impactou cerca de 87 mil pessoas.



Branded Content Poder360

Como forma de atingir outras esferas e promover discussões de alto nível sobre políticas públicas, conectadas ao contexto do câncer de mama, a Roche e o Vem Falar de Vida promoveram um conteúdo patrocinado publicado no portal Poder360, abordando os desafios do acesso aos cuidados adequados com o câncer de mama no Brasil.

A partir da apuração jornalística do veículo com médicos especialistas, associação de pacientes, entidades de classe e da interpretação de dados de

estudos como o AMAZONA III e o “Meu SUS é diferente do teu SUS”, o jornal traçou uma análise das barreiras ainda enfrentadas pelas pacientes tanto dependentes do Sistema Único de Saúde quanto da saúde suplementar, desde o diagnóstico precoce por meio de exames de detecção até o acesso aos cuidados adequados, de acordo com cada perfil de paciente. O conteúdo contou com infográficos informativos e divulgação nas redes sociais e newsletters do veículo, **impactando mais de 160 mil pessoas.**



Como forma de atingir outras esferas e promover discussões de alto nível sobre políticas públicas, conectadas ao contexto do câncer de mama, a Roche e o Vem Falar de Vida promoveram um conteúdo patrocinado publicado no portal Poder360, abordando os desafios do acesso aos cuidados adequados com o câncer de mama no Brasil.

A partir da apuração jornalística do veículo com médicos especialistas, associação de pacientes, entidades de classe e da interpretação de dados de estudos como o AMAZONA III e o

“Meu SUS é diferente do teu SUS”, o jornal traçou uma análise das barreiras ainda enfrentadas pelas pacientes tanto dependentes do Sistema Único de Saúde quanto da saúde suplementar, desde o diagnóstico precoce por meio de exames de detecção até o acesso aos cuidados adequados, de acordo com cada perfil de paciente. O conteúdo contou com infográficos informativos e divulgação nas redes sociais e newsletters do veículo, impactando mais de 160 mil pessoas.



#VemFalarDeVida

O Vem Falar de Vida traduz o propósito da Roche de não deixar nenhum paciente para trás, levando à sociedade informações precisas e de qualidade sobre o câncer de mama durante todo o ano. O projeto propõe ao público uma reflexão genuína sobre a importância de pautar a doença com leveza, destacando os avanços da medicina e as perspectivas de sobrevida, com linguagem direta e acessível.

Todos os resultados conquistados por meio das ações aqui apresentadas foram alcançados a partir do compromisso de atuação em rede, com cada um dos signatários e parceiros, norteados pela determinação de estarmos presentes em cada etapa da jornada das pacientes, desde o diagnóstico até o fim do tratamento, servindo também como fonte de apoio e acolhimento.

A Roche entende que falar de vida neste contexto é uma proposta desafiadora, mas fundamental para impactar positivamente a vida das milhares de mulheres que lidam hoje ou lidarão com o diagnóstico de câncer de mama no futuro, contribuindo para transformar o panorama da doença no Brasil.



Apoio:

BTC BUILT
TO
ORDER

InPress | PORTER
NOVELLI

Este material destina-se
ao público brasileiro em geral
Setembro/2022 - M-BR-00009036