



# Prêmio Jatobá 2022

Case **Respire Liberdade**

**Grande Agência:** BCW  
**Cliente:** GSK



# Sinopse

CASE GSK - CAMPANHA RESPIRE LIBERDADE

JULHO/2021 - ATÉ O MOMENTO

A campanha Respire Liberdade, elaborada para a biofarmacêutica GSK, nasceu da necessidade de trazer para debate os impactos causados pela asma grave e informar sobre a disponibilidade na rede pública e privada de um tratamento mais moderno, o imunobiológico Nucala. Utilizando-se de uma estratégia multipúblicos faseada, a campanha alcançou 20 milhões de pessoas, entre pacientes, médicos e sociedade por meio de ampla exposição na imprensa qualificada e com influenciadores digitais de diferentes perfis, além da criação de um perfil no Instagram para conectar todos com um interesse em comum: apoiar essa causa. As estratégias de comunicação integrada e a entrega bem-sucedida das mensagens-chaves geraram awareness, contribuindo para o empoderamento dos pacientes.

*Respire*   
*Liberdade*





# Contexto

A asma grave é caracterizada pelo uso diário de altas doses de corticoides inalatórios, juntamente com outros medicamentos de manutenção para o controle da doença. O uso contínuo de corticoides orais pode trazer prejuízos à saúde e à qualidade de vida do paciente e onerar os serviços de saúde.



Os imunobiológicos representam um ponto de virada no controle da doença. De última geração, esses medicamentos são indicados para tratar os casos de asma grave que não respondem ao tratamento convencional. Pacientes com asma grave podem ter seu prognóstico totalmente modificado se tratados precocemente com imunobiológicos.

No entanto, ainda existe falta de conhecimento sobre a condição, know-how e receio dos pacientes e da comunidade médica em usar uma medicação biológica. Por isso, a biofarmacêutica GSK sentiu necessidade de vencer algumas barreiras. Por exemplo, fala-se com certa frequência na imprensa e nas redes sociais sobre a asma, mas não sobre sua condição mais grave, extremamente debilitante.

A inclusão do Nucala na cobertura do sistema privado por meio do rol de medicamentos da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), em 2021, e, posteriormente, com o parecer favorável da Comissão Nacional de Incorporação de Tecnologias do SUS (CONITEC) à incorporação no SUS, em 2022, quebrou as barreiras de acesso existentes para que o medicamento oferecesse tratamento aos pacientes e tornou-se uma bandeira da GSK. Nascia a Campanha Respire Liberdade.

# Desafio

1  
Falar sobre asma grave com uma linguagem mais simples e acessível, adaptando termos via a elaboração de um glossário de sinônimos.

2  
Empoderar o paciente informando sobre a incorporação do medicamento no SUS e na ANS.

3  
Dar maior protagonismo ao Nucala no tratamento da asma grave, linkando com o uso em excesso de corticoides e como esse tipo de tratamento é nocivo à saúde.

4  
Valorizar a expertise do médico pneumologista, reforçando a importância deste profissional no controle da asma grave.

5  
Mapear e contar histórias de pacientes para mostrar que a jornada pode ser mais simples com o uso dos imunobiológicos.



## Em 2021...

O mote da campanha - respirar com liberdade - se fundamentou no espírito do tempo vivido durante a pandemia de Covid-19: nunca o ato de respirar esteve tão em evidência, com as pessoas passando a prestar atenção a essa função autônoma - e fundamental - para a vida.

Por isso, chamar a atenção para algo que nos mantém vivos, mas que para pessoas com asma grave sempre foi um desafio, contou com um timing adequado.

O conceito de liberdade, por si, já envolve diferentes conotações em nossas vidas. A pandemia nos impediu de ir e vir, de estarmos presentes, do contato físico, de respirar naturalmente e deixou sonhos em suspenso. E quem tem asma grave sabe da importância do respirar, pois vive com limitações que ficaram evidentes neste momento delicado para o senso comum.

A campanha traz um mote positivo, mostrando que estamos próximos de reconquistar as nossas liberdades e sonhos, com a chegada das vacinas e o controle da situação por meio de empoderamento. Algo que também acontece com os pacientes que descobrem os benefícios dos imunobiológicos: ganham qualidade de vida e voltam a fazer o que não poderiam antes, ou seja, podem se reinventar como bem desejarem.

Um dos objetivos da campanha foi criar um call to action que estimulasse a importância de o paciente ir ao médico e assumir o controle da doença.



Taís Araujo



[https://www.instagram.com/p/CS\\_xvpuHDqv/?hl=pt-br](https://www.instagram.com/p/CS_xvpuHDqv/?hl=pt-br)



## Em 2022...

Seguimos falando da doença, mas agora informando sobre a ampliação do acesso ao Nucala, imunobiológico da GSK, na rede pública de saúde, incentivando o paciente para que #ConquisteLiberdade, uma segunda etapa da campanha #RespireLiberdade. Agora, nosso call to action foi mostrar que conquistar a liberdade está mais fácil, já que os pacientes passam a ter seus direitos atendidos pelo SUS.

### CALL TO ACTION

A ASMA GRAVE NÃO TEM TRATAMENTO, MAS PODE SER CONTROLADA DESDE QUE O PACIENTE ENGAJE-SE E SIGA O TRATAMENTO PRESCRITO PELO MÉDICO. NOVOS MEDICAMENTOS, MAIS EFICAZES E SEGUROS, ESTÃO AGORA DISPONÍVEIS NA REDE PÚBLICA DE SAÚDE.



Pocah



# Públicos impactados

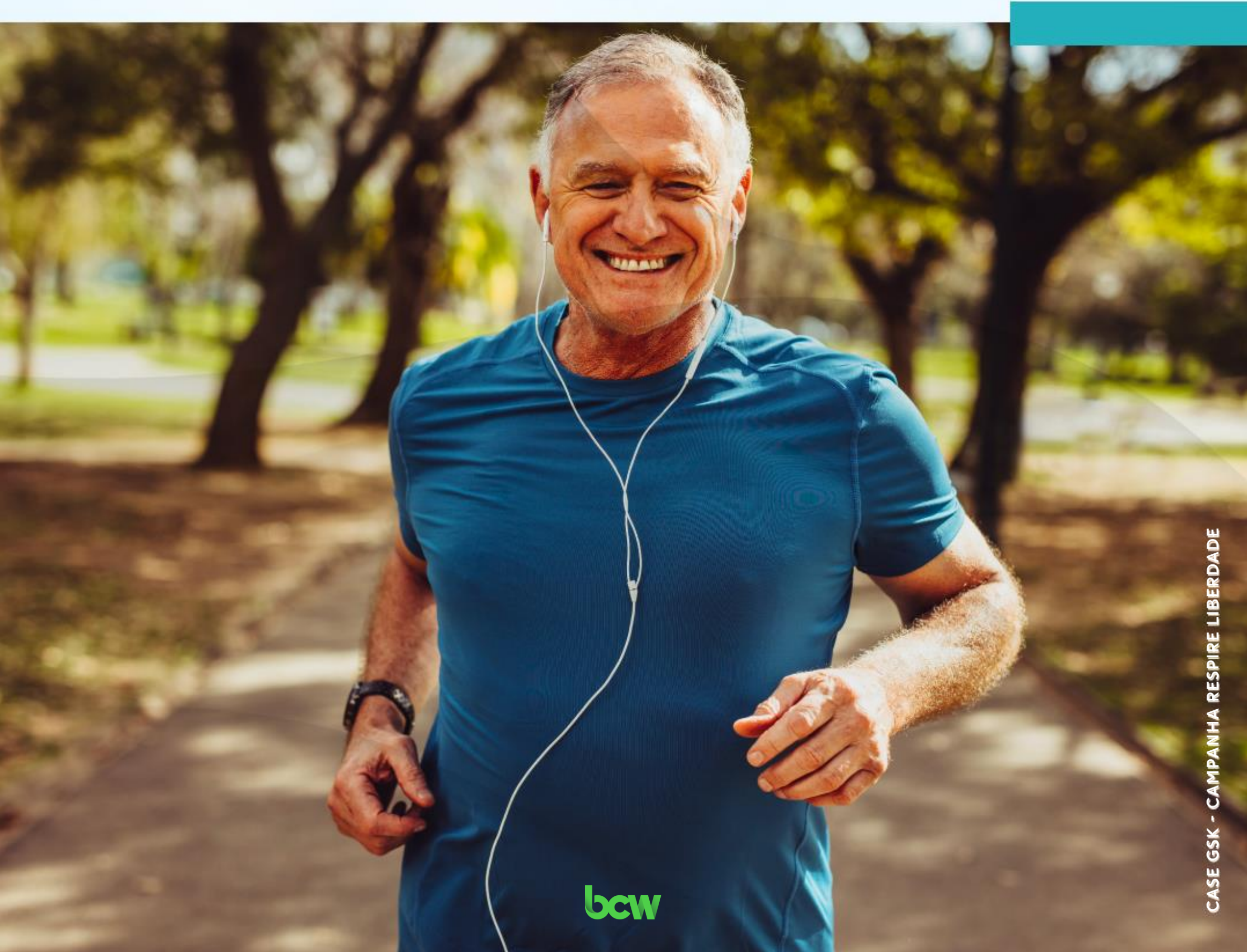


Sociedade em geral, pessoas que podem não saber ou ter pessoas próximas que desconhecem que têm a doença - em média, o diagnóstico de asma grave leva 4 anos para adultos e 6 para crianças;

Os médicos e demais profissionais de saúde que não são especializados em Pneumologia ou Imunologia, que têm nas mãos a possibilidade de indicar tratamentos imunobiológicos quando os casos assim o pedem;



Os pacientes diagnosticados e as associações de pacientes, que podem obter informações mais precisas e reunir conhecimento em busca de procurar o tratamento que traga os melhores resultados.



# REDES SOCIAIS

# Redes Sociais

O perfil @respire.liberdade no Instagram, criado no esteio do projeto, reúne dicas, depoimentos de pacientes e entrevistas com especialistas, abrindo espaço e oferecendo suporte para a comunidade, além de apresentar um conteúdo informativo, confiável e relevante, mas com uma linguagem leve, didática e adequada ao meio dinâmico de uma rede social.

“ CONTEÚDO INFORMATIVO,  
CONFIÁVEL E RELEVANTE, MAS  
COM UMA LINGUAGEM LEVE,  
DIDÁTICA E ADEQUADA AO MEIO  
DINÂMICO DE UMA REDE SOCIAL ”

Na segunda etapa, realizada do início de 2022 até o momento, com os medicamentos imunobiológicos já disponíveis no Sistema Único de Saúde (SUS) e, portanto, acessíveis a um público mais amplo, o mote da campanha tornou-se ainda mais assertivo, com a ideia de "conquiste liberdade". Isso originou até mesmo uma mudança na escolha da embaixadora da ação, como se verá na sequência.

Se, em 2021, o enfoque foi individual, motivando o protagonismo na jornada do paciente para respirar liberdade com mais qualidade de vida, em 2022, a perspectiva tornou-se plural, ampliando a conversa a toda a rede de apoio para promover a troca de experiências e engajar o público na conquista da liberdade.

Da mesma forma, a identidade visual desenvolvida traduziu esse conceito: a referência às gaivotas, que representam o conceito de liberdade, permeou toda a campanha.

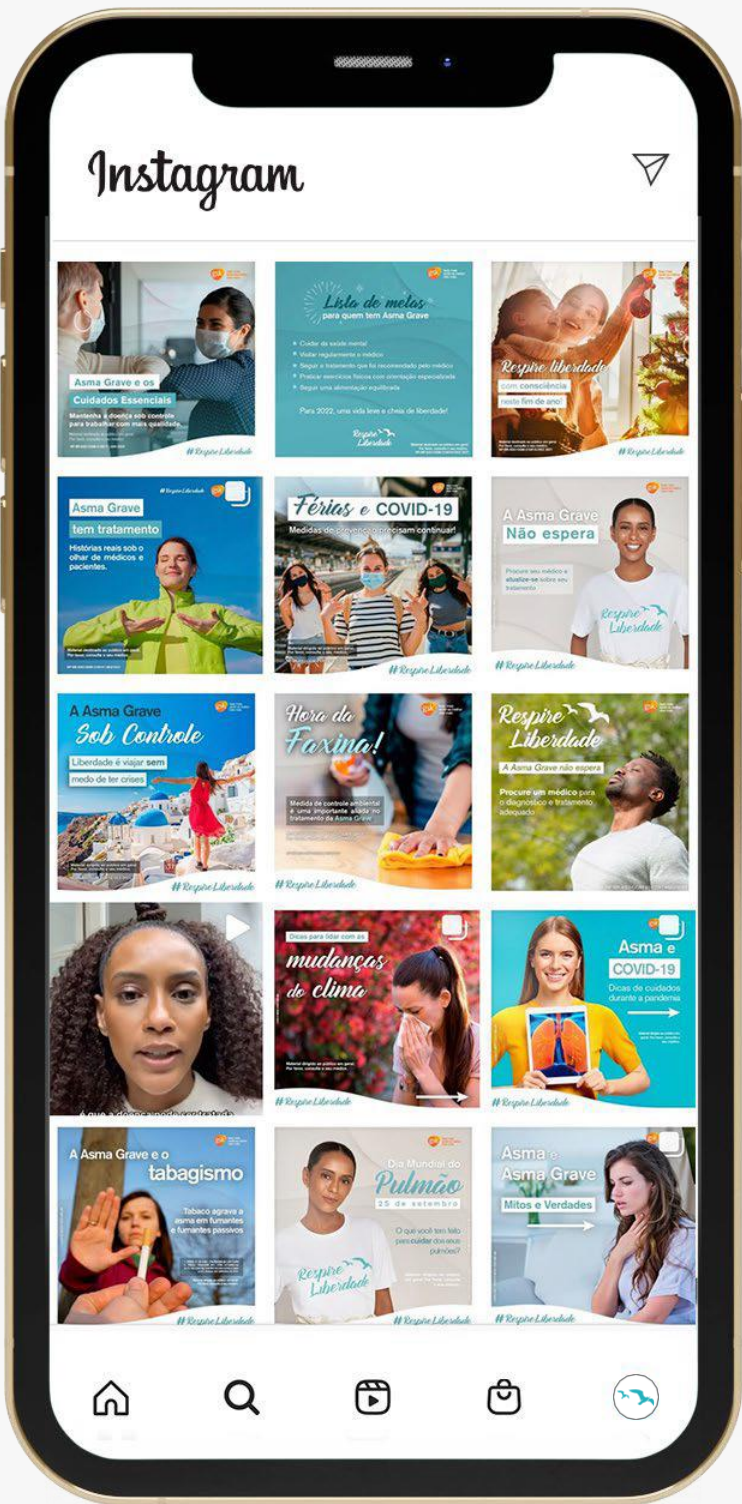


# Sobre o Instagram:

A primeira fase da campanha gerou visibilidade por meio de posts informativos com o apoio do impulsionamento das publicações no Instagram. Para a segunda fase da campanha, o foco foi no envolvimento do público com o amadurecimento da mensagem e sustentação ao longo dos meses, adicionando também ao plano de mídia campanhas de Social Ads e Google Ads, trazendo uma audiência qualificada que está na jornada de busca por informação e se identifica com o assunto.

Além de estar presente nas redes sociais e nas pesquisas por palavras-chaves sobre o tema, a campanha também contou com o engajamento de stakeholders em parceria com a Comunicação Interna da GSK, aproximando a liderança executiva, os colaboradores e os parceiros do propósito de conscientização, ressaltando a importância deste trabalho que pode mudar a vida dos pacientes e de famílias inteiras.

Entre as ativações de pré-lançamento, foi preparado um enxoval de comunicação com assinatura de e-mail corporativo, wallpaper e screensaver para computadores, figurinhas para whatsapp e cards para divulgação.



AGORA, DIANTE DESSA MULTIPLICIDADE DE PÚBLICOS, COMO ALCANÇAR A TODOS E FAZER RESSOAR A MENSAGEM DE SE RESPIRAR LIBERDADE?



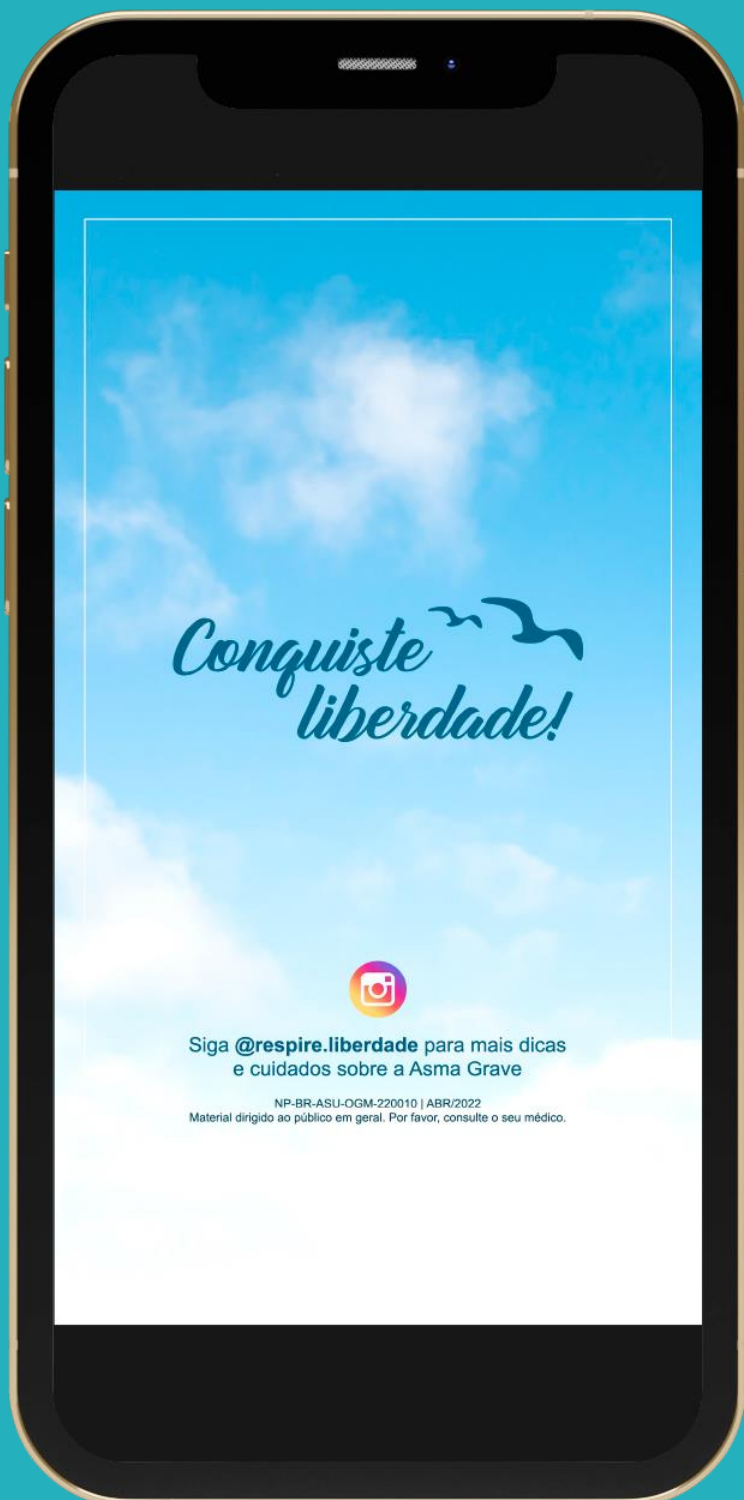
2021

Respire   
Liberdade



2022

Conquiste   
liberdade!



TODAS ESSAS AÇÕES CONVERGIRAM PARA O PERFIL @RESPIRE.LIBERDADE NO INSTAGRAM, GERANDO ACESSOS, COMPARTILHAMENTOS E INTERAÇÕES. OUTRO PONTO DE DESTAQUE FOI O #DESAFIOCONQUISTELIBERDADE. RESPONDENDO À PERGUNTA “PRA VOCÊ, O QUE É CONQUISTAR LIBERDADE?” O PÚBLICO FOI CONVIDADO A COMPARTILHAR DEPOIMENTOS SOBRE A QUALIDADE DE VIDA COM A ASMA GRAVE CONTROLADA, USANDO O FILTRO COM A IDENTIDADE VISUAL DA CAMPANHA, INSPIRANDO MAIS PESSOAS EM SUA JORNADA.



GSK

bcw

# Influenciadores

No primeiro momento, ainda em 2021, a atriz Taís Araujo foi escolhida como embaixadora da campanha e como influenciadora digital - ela, inclusive, tem asma grave. Na sequência, com a necessidade de ampliar a fala às classes C e D, a influenciadora escolhida foi Pocah, ex-BBB com grande penetração nesse segmento.

**Note-se que, em ambos os casos, as duas influenciadoras têm laços pessoais com a doença: Taís Araujo sofre com asma grave, assim como o noivo da cantora Pocah.**

Além dessas vozes "master", a campanha também envolveu **30 influenciadores** dos mais variados alcances. Na primeira etapa, o trabalho trouxe influenciadores com asma comum que sabem da importância de manter a doença controlada, a exemplo da cantora **Tulipa Ruiz** e do **nadador Xuxa**, e personalidades que entendem o que significa empoderar-se para ganhar liberdade para ter a vida que bem sonharem. Para fazermos uma conexão com a importância do empoderamento para conquista dos objetivos de vida, convidamos personalidades que superaram desafios.

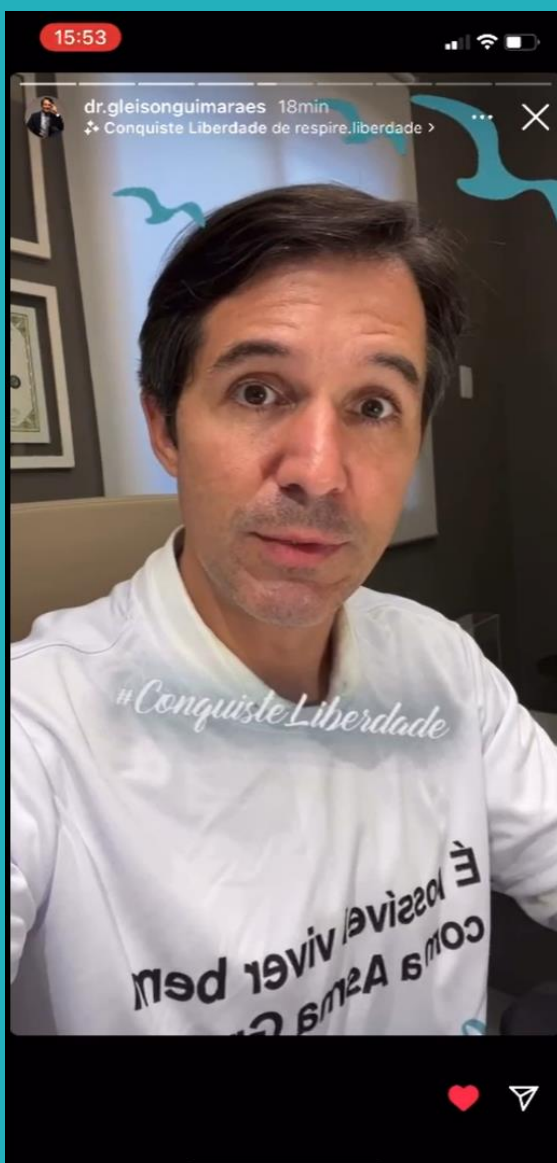




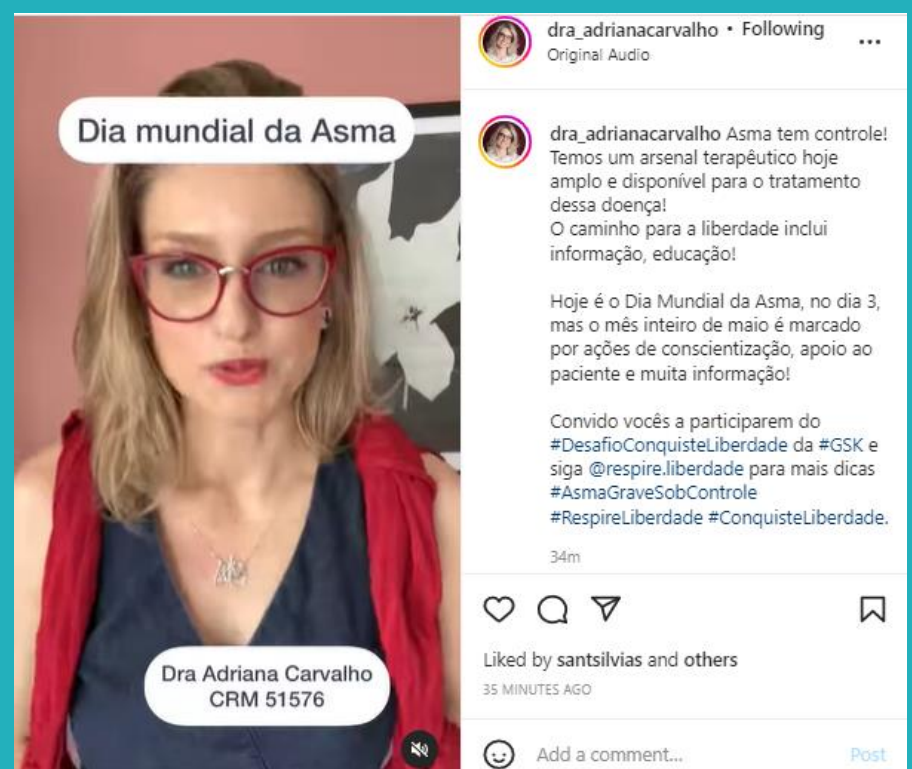
Dr. Guilherme Azizi



Dr. José Roberto Megda Filho



Dr. Gleison Guimarães



Dra. Adriana Carvalho

# Comentários



SUSANA VIEIRA

- amelia.noriega** Quem é o seu médico?

1sem   Responder   Ver tradução

**susanavieiraoficial** @amelia.noriega eu estou fazendo essa campanha pra divulgar mas NÃO TENHO ASMA !!! É muito triste essa doença !

1sem   Responder
- lillygallenos** Convivo com mais 15 anos com asma faço tratamento com Pneumologista através de bobinha e medicamentos e graças a Deus tenho qualidade de vida.. 🥰  
#DesafioConquisteLiberdade #ConquisteLiberdade #RespireLiberdade #GSK

1sem   11 curtidas   Responder   Ver tradução

**cosbel\_2** ,#muito dificil a falta de ar#GSK

1sem   4 curtidas   Responder   Ver tradução
- martins\_lola123** @florindorosangela eu fui num Atacadão aqui na minha Cidade , e eu estava Ofegante , a Moça do Caixa Viu e Falou que tem tbm Asma e que ela Usa Alenia desde 2004 disse que não teve mais Crise , eu Uso Seretide 25/250 eu comecei a Usar ela em 2003 até tava indo super bem , mais agora ando com Crise Falta de Ar Cansaço / depois ainda tem Pessoas que Vem falar que Asma não é doença ...só eu sei o que eu Passo ; eu Sofro viu e Como ;;;quando Aperta a Crise tenho que usar tbm fora a Seretide / Berotec Bombinha / eu vou ver então com a Médica que eu Vou / Obrigada viu 🥰👉

1sem   Responder   Ver tradução
- matarazzonadia** Tenho asma há 54 anos .. já tive 2 paradas cardíacas. hoje vivo bem

1sem   Responder   Ver tradução

**matarazzonadia** Uso Alenia

1sem   Responder
- monicarosa6906** Fiquei diabética quimicamente por muito uso de corticoide , estragou minha estética , não posso fazer ginástica , sou totalmente depressiva ansiosa eu não vivo vegetal . Só quem tem asma sabe o que passa 🥰

1sem   5 curtidas   Responder   Ver tradução

— Ocultar respostas

**nanambelsabonteartesanal** @monicarosa6906 , não desista.Pra vc ter uma ideia por causa de remédios também tive duas paradas cardíacas ,passei por muita coisa.E hoje vivo normal.Força e muita fé.Procure outras opiniões,a natação me ajudou muito.

1sem   Responder   Ver tradução

**dionebaruh** @monicarosa6906 também estou na mesma situação que vc. Muito triste.

1sem   Responder   Ver tradução

**braga\_fariasamanda** @monicarosa6906 eu tbm sou asmática, tinha crises terríveis que em uma delas quase tive uma parada cardiorrespiratória, fiquei deformada por conta dos corticóides, até que encontrei um pneumologista que me receitou o a medicação "Alenia 12/400" isso já tem quase 10 anos e desde então nunca mais soube o que ter falta de ar.

1sem   Responder   Ver tradução
- monicarosa6906** @braga\_fariasamanda Muita coincidência eu também estou deformada por causa do corticoide , o corticoide me deixou diabética . Também faço uso da Alenia 12/400 de 8 em 8 hs , Bamifex de 600 MG comprimidos de 8 em 8 hs , Busoni 64 , monterlai de 20 MG e nebulização com Lugano e 20 gotas de atrovente e não tem um dia da minha vida que não tenho falta de ar , sou asmática grave diabética hipertensão arterial varizes joelho uma sinusite crônica e por aí vai . Eu não vivo vegetal , sou muito muito infeliz mesmo, meu corpo está horrível andei tomando corticoide e ontem minha filha bateu uma foto minha eu não vou na rua tão cedo . Fico muito feliz que o tratamento com a Alenia deu certo pra você . Tenho uma hérnia abdominal que não posso operar porque posso ter uma parada respiratória ou cardíaca então coloquei nas mãos poderosas de Deus. Meu estômago está horrível 🥰👉

1sem   Responder   Ver tradução

**braga\_fariasamanda** @monicarosa6906 Eu sinto, deve ser muito difícil viver assim, lembro-me de minha mãe, ela sofria muito também por conta da asma. Tinha crises horríveis de desmaiar.

1sem   Responder   Ver tradução



POCAH - REELS

- patricrisciuillo** Muito bom colocarem alguém que tem público pra falar desse assunto , pois muita gente não tem essas informações! @pocah ❤️

2 sem   Responder

— Ocultar respostas

**pocah** @patricrisciuillo ❤️❤️❤️

2 sem   1 curtida   Responder
- jehcastroo** Obrigada respeite.liberdade só eu sei o que é o que passo todo dia por essa liberdade ❤️❤️ obrigada amiga pela representação

2 sem   Responder

— Ocultar respostas

**pocah** @jehcastroo 🥰👉👉

1 sem   Responder
- bruninho\_da\_vk18** Eu tinha asma antes, graças a Deus sumiu

2 sem   2 curtidas   Responder   ...
- \_barfreitas** tenho asma e faço tratamento, tenho uma vida normaaaal. Sempre é importante ir atrás de tratamento

2 sem   3 curtidas   Responder
- letypass** Campanha importante!! Eu tenho asma grave e já trato há anos 🥰👉 parabéns @respire.liberdade

2 sem   1 curtida   Responder   ...
- luanaespasandin** Parabéns pocah..❤️❤️ minha mãe luta a anos e ela tem o acompanhamento médico e mesmo assim é muito difícil + ela tem 67 anos de muita vontade d viver e comanda uma escola ainda .. ela é a prova que temos que nos cuidar❤

2 sem   7 curtidas   Responder   ...

— Ocultar respostas

**pocah** @luanaespasandin 🥰👉❤️❤️

2 sem   1 curtida   Responder
- mayane\_apiaka** Te amo pocah❤ , meu filho tem asma 🥰 vc e necessária ❤

2 sem   1 curtida   Responder

— Ocultar respostas

**pocah** @mayane\_apiaka ❤️❤️❤️

2 sem   Responder
- liliaparenti** Parabéns Pocah o meu filho tem asma e faz acompanhamento médico e vive super bem.

2 sem   Responder

— Ocultar respostas

**pocah** @liliaparenti ❤️👉

2 sem   Responder

# RESULTADOS

# Resultados de imprensa

Outra janela importante para a amplificação da campanha foi trazer conteúdos relacionados às efemérides, como o mês de conscientização da asma, algo desafiador. Parece contraintuitivo pensar que é difícil trazer à tona o assunto asma grave durante esse período, porém ele não costuma ser pautado. Isso exigiu uma costura de diversos ângulos e formatos para garantir espaços, com artigos exclusivos e materiais pensados sob medida para as necessidades de cada veículo, como um texto assinado pela presidente da Associação Brasileira de asma grave, Raíssa Cipriano, para a Veja Saúde.

Ainda no campo de imprensa, empreendeu-se um grande esforço de contato com jornalistas que resultou, na primeira etapa, em 2021, em 100 publicações, majoritariamente em veículos online. Na sequência, em 2022, esse cenário se modificou, com mais 100 publicações em um mês de divulgação e ampliação da variedade de veículos, incluindo acessos de relevância na TV, como o programa Bem Estar, da TV Globo, e menções na CNN Brasil, JP News e TV Gazeta, além de veículos de trade e outras mídias importantes. As informações completas de clipagem estarão disponíveis ao final.



# Resultados em números

CANAIS PROPRIETÁRIOS, INFLUENCIADORES E MÍDIA PAGA



200

Matérias



+22

MILHÕES  
de pessoas  
impactadas  
pelas ações



+30

Influencers  
engajados



+31

MILHÕES  
de  
impressões  
acumuladas  
no período



+100

MIL  
envolvimentos  
com os  
conteúdos



+20

MIL  
visitas ao perfil  
@Respire.Liberdade



99%

de  
sentimentalização  
positiva dos  
comentários



+ R\$ 887

MIL  
total investido



# Timeline de ações

A SEGUIR, AS AÇÕES REALIZADAS ESTÃO DIVIDIDAS NAS DUAS FASES DA CAMPANHA (2021 E 2022) E OS MESES OU INTERVALOS NOS QUAIS FORAM REALIZADAS.

**2021**  
FASE RESPIRE  
LIBERDADE

Entre julho e agosto - Artigo sobre asma grave linkando com o Congresso da Sociedade Brasileira de Pneumologia e Tisiologia - 20 a 22/08;

Entre agosto e dezembro - Campanha Digital Asma Grave: produção de press release + lançamento, com mídia impulsionada, da plataforma digital [instagram.com/respire.liberdade](https://www.instagram.com/respire.liberdade) + Conteúdo Taís Araujo;

Entre agosto e novembro - Parceria com influenciadores, PAGs e SBPT;

Entre setembro e outubro - Rádio Release da Campanha;

Setembro - Dia Mundial do Pulmão - Pauta sobre a necessidade de se atentar à saúde pulmonar;

Entre outubro e novembro – Mitos e Verdades da Asma – Gatilhos da Doença;

#RespireLiberdade  
e

2022

Janeiro –  
Apresentação do  
plano da segunda  
fase da campanha;

Março –  
Implementação  
do plano;

Abril – Elaboração de nova  
identidade visual + press kit + press  
release e artigos + criação de banco  
de speakers médicos e de pacientes,  
produção de conteúdo para a ação  
com os influenciadores;

Maio (Mês de Conscientização da  
Asma e Lançamento da Fase 2 da  
Campanha) – Divulgação de press  
releases e artigos, follow up com  
imprensa e influenciadores,  
gerenciamento de entrevistas, posts  
da Pocah e dos influenciadores +  
início do novo plano digital de mídia,  
contemplando social ads e google  
ads;

Abril – Branded  
content Folha de S.  
Paulo +  
desenvolvimento de  
materiais de apoio  
para lançamento da  
campanha;

Junho –  
Divulgação de  
Rádio Release;

Setembro –  
Branded content  
Rádio Bandnews.

*Conquiste  
liberdade!*

# Investimento

|        |                               |                |
|--------|-------------------------------|----------------|
| FASE 1 | Parceria Tais Araújo          | R\$ 250.000,00 |
| FASE 1 | Fotógrafo                     | R\$ 5.000,00   |
| FASE 1 | Parceria influenciadores      | R\$ 58.000,00  |
| FASE 1 | Press kit                     | R\$ 4.997,00   |
| FASE 1 | Rádio Release                 | R\$ 3.200,00   |
| FASE 1 | Identidade visual e set-up    | R\$ 9.200,00   |
| FASE 1 | Vídeo Manifesto - Instagram   | R\$ 6.000,00   |
| FASE 1 | Gerenciamento de mídia        | R\$ 48.000,00  |
| FASE 1 | Branded content O Globo       | R\$ 112.000,00 |
| FASE 1 | Branded content Uol           | R\$ 56.000,00  |
| FASE 1 | Investimento em Mídia Digital | R\$ 50.000,00  |

|        |                                   |               |
|--------|-----------------------------------|---------------|
| FASE 2 | Parceria com a Pocah              | R\$ 55.000,00 |
| FASE 2 | Rádio Release                     | R\$ 3.408,00  |
| FASE 2 | Press kit                         | R\$ 8.000,00  |
| FASE 2 | Parceria influenciadores          | R\$ 12.000,00 |
| FASE 2 | Branded content Folha de S. Paulo | R\$ 91.500,00 |
| FASE 2 | Branded content Ter.a.pia         | R\$ 28.000,60 |
| FASE 2 | Branded Rádio Bandnews            | R\$ 57.584,00 |
| FASE 2 | Investimento em Mídia Digital     | R\$ 30.000,00 |



# Equipe

## EQUIPE DE PR ENVOLVIDA



FABIANA DELGADO  
(DIRETORA DE  
HEALTHCARE)



KARINA KLINGER  
(GERENTE DE  
HEALTHCARE)



BRUNO SOARES  
(ATENDIMENTO  
SÊNIOR)

## EQUIPE DO INNOVATION HUB



ALEC DUARTE  
(DIRETOR  
DIGITAL)



GABRIELA CARDOSO  
(COORDENADORA  
DIGITAL)



GIOVANNA PADALINO  
(EXECUTIVA DE  
CONTA)

## CRIAÇÃO E DESIGN



LÉO QUIO  
(SENIOR  
DESIGNER)



BARBARA LAZZARI  
(DESIGN  
COORDINATOR)





A campanha Respire Liberdade, que depois progrediu para Conquiste Liberdade, teve um papel essencial não só para alavancar o debate sobre a evolução dos tratamentos para asma grave, como também deixa um legado sobre a importância do empoderamento do paciente e o acesso à inovação, conceitos estes levados de forma didática e engajadora às diversas audiências de nossa sociedade.

CASE GSK - CAMPANHA RESPIRE LIBERDADE

