

AME CADA CONQUISTA



CONTEXTO

Pessoas que vivem com Atrofia Muscular Espinhal (AME) enfrentam uma realidade muito diferente da população em geral. Adolescentes e jovens adultos com AME frequentemente encontram barreiras físicas, sociais e emocionais que muitas vezes passam despercebidas. Conquistas cotidianas — como estudar, trabalhar ou simplesmente se locomover — podem parecer pequenas para outros, mas são vitórias significativas que merecem reconhecimento. A Biogen, empresa global líder em biotecnologia que é pioneira em ciência com foco em inovações para doenças complexas e devastadoras, reconheceu a importância de ampliar a conversa sobre AME sob uma perspectiva positiva e de empoderamento.

OBJETIVOS

- Construir uma narrativa de empoderamento, destacando as conquistas diárias das pessoas que vivem com AME.
- Dar voz a jovens pacientes reais, oferecendo visibilidade aos seus anseios, perspectivas, desafios e conquistas para se conectar com o público por meio da empatia e inspiração.
- Ativar uma rede de stakeholders — especialistas, influenciadores, pacientes e mídia — para amplificar a mensagem da campanha e reforçar a importância do tratamento multidisciplinar.

INSIGHT

Um passo fundamental para melhorar a qualidade de vida de quem vive com AME é contar com o tratamento adequado, equipe qualificada e atendimento multidisciplinar. Em um ano marcado pelos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Paris, a estratégia abraçou um símbolo que conecta gerações e desperta paixão: o álbum de figurinhas. Daí nasceu a ideia de criar **AME Cada Conquista**, um álbum apresentando pessoas que vivem com a doença — como Laissa Guerreira, atleta paralímpica brasileira de destaque — e que reforçasse a importância do tratamento adequado e de uma rede de apoio sólida para melhorar a qualidade de vida desses pacientes e transformar conquistas diárias em verdadeiras vitórias.

ESTRATÉGIA

O AME Cada Conquista consolidou um movimento baseado em três pilares estratégicos:

1. Humanização da comunicação por meio de depoimentos autênticos;
2. Promoção de informações confiáveis;
3. Mobilização de diversos stakeholders, incluindo profissionais de saúde, associações de pacientes, influenciadores e celebridades, em torno de uma narrativa de empatia, inclusão e visibilidade.

A campanha adotou uma estratégia 360°, contemplando ativações on e offline, parcerias estratégicas, conteúdos proprietários e ações de mídia paga e conquistada.

EXECUÇÃO

Para iniciar o movimento, a Biogen Brasil firmou parcerias estratégicas com organizações como o Instituto Nacional de Atrofia Muscular Espinhal (INAME) e a Associação Brasileira de Atrofia Muscular Espinhal (ABRAME), além de especialistas renomados em neurologia e fisioterapia.

O álbum de figurinhas foi lançado em um evento exclusivo para imprensa e influenciadores, realizado em uma livraria de São Paulo, com palestras de especialistas e mesas-redondas com os protagonistas do projeto.

Essa ativação gerou cobertura orgânica em veículos de grande alcance e fomentou conversas significativas sobre AME.

Durante a campanha, canais digitais foram ativados com conteúdos co-criados por influenciadores que vivem com AME, uma landing page central foi desenvolvida e mensagens-chave foram amplificadas nas redes sociais e na mídia especializada. O álbum também foi distribuído a médicos, pacientes e jornalistas como ferramenta de conscientização. Ao longo de 2024, o **AME Cada Conquista** foi uma oportunidade para trazer visibilidade aos desafios, celebrar conquistas e reforçar que cada história merece ser contada — e cada vitória, celebrada.

RESULTADOS

A campanha contribuiu positivamente para o empoderamento de jovens e adultos que vivem com AME, gerando um impacto significativo:

16,1 M de impressões digitais nas redes sociais

20,1 M de impressões na mídia, com matérias publicadas em veículos de destaque

36,2 M de alcance potencial total, combinando mídias sociais, conquistadas e tradicionais

A campanha impactou a percepção pública sobre a AME, posicionando as pequenas conquistas cotidianas como símbolos de força, resiliência e dignidade. Mais do que números, o verdadeiro resultado foi ajudar a **desestigmatizar** a condição, mostrando que as pessoas que vivem com AME devem ser vistas com admiração e respeito.