



# #elAcentoQueLoCambiaTodo

- Prevención-



**Objetivos:** en el marco del Día Mundial de la Investigación contra el Cáncer y el Día Mundial contra el Cáncer de Mama, GEICAM, FECMA y Novartis Oncology pusieron en marcha en 2019 la campaña #elAcentoQueLoCambiaTodo para sensibilizar a la sociedad sobre el impacto del cáncer de mama y la importancia de la investigación y la colaboración entre los diferentes actores que trabajan para mejorar la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de esta patología.

**Descripción:** a través de un vídeo (<https://youtu.be/oAsqJvvmN0>) la campaña presenta a varias mujeres de diferentes edades y estilos de vida, en situaciones cotidianas, bajo la canción "Pito, pito", reflejando así cómo el cáncer de mama puede irrumpir en la vida de cualquier mujer sin importar sus características.

La campaña apostó por un formato digital para alcanzar de forma rápida y efectiva a los diferentes públicos objetivos, a través de la creación del hashtag #elAcentoQueLoCambiaTodo, una landing page exclusiva para el lanzamiento y el vídeo publicado en youtube y en redes sociales.

**Logros e impacto:** la campaña se lanzó a través de una landing page en la web de GEICAM y de las redes sociales tanto de GEICAM como de Novartis (Twitter, Facebook, Instagram y YouTube) alcanzando los 10,8 millones de impresiones y más de 490 mil visualizaciones en YouTube.

Además, la campaña obtuvo más de 60 impactos en medios generalistas y especializados en salud y con un alcance de 11.047.865.

