



CAMPAÑA DE DETECCIÓN PRECOZ DEL CÁNCER DE MAMA “EN UNA MAMOGRAFÍA SE VE LA VIDA” Y EL NUEVO SUBPORTAL “muchoxvivir”

- *La supervivencia por cáncer de mama en España es superior a la media Europea, que se sitúa en el 76%*
- *De 1.000 mujeres a las que se les hace una mamografía, 996 no tienen cáncer de mama.*
- *El nuevo subportal “muchoxvivir” se convertirá en una eficaz y completa herramienta de la aecc para llegar a todos y ofrecer una información completa y veraz sobre el cáncer de mama.*

Madrid, 18 de octubre de 2006.- Un año más, y con motivo del Día Contra el Cáncer de Mama, la **Asociación Española Contra el Cáncer (aecc)** hace un llamamiento a las mujeres españolas en edad de riesgo para que participen en la campaña de detección precoz de este tipo de cáncer, conseguir detectar la enfermedad en su fase más temprana e incrementar la supervivencia por cáncer de mama en nuestro país. Para ello, se pone en marcha la campaña “**En una mamografía se ve la vida**”.

Las mujeres con edades comprendidas entre 45-50 y 65-70 años deben realizarse mamografías cada 2 años, incluso aunque no presenten síntomas. Sólo de esta manera es posible detectar una lesión tumoral en la mama, cuando todavía es demasiado pequeña para ser palpable y no ha invadido ganglios ni otros órganos.

Dado que el porcentaje de curación de los tumores de mama que se detectan en su etapa inicial (in situ) es superior al 95%, la detección precoz es el arma más eficaz para luchar contra esta enfermedad.

La mamografía

El cáncer de mama es una de las pocas enfermedades cancerosas que se pueden diagnosticar precozmente, es decir antes de que la mujer note algún síntoma. Para ello, la mamografía es la prueba **más eficaz** y **fiable**. Permite:

- Detectar lesiones en la mama hasta dos años antes de que se hagan palpables
- Al diagnosticar el cáncer en las fases tempranas,:
 - o Aplicar tratamientos menos agresivos (por Ej.: cirugía conservadora) que dejan menos secuelas físicas y psicológicas en la mujer.
 - o Mejorar los resultados de supervivencia. Si el tumor se diagnostica antes de que se haga invasivo (in situ) las posibilidades de curación es superior al 95%.

Es una prueba muy sencilla e inofensiva. Se trata de una radiografía especial. No es una prueba dolorosa, aunque dependiendo de la sensibilidad de cada mujer, y debido a la presión que es necesario realizar para que la imagen de la radiografía sea más clara, en algunos casos puede resultar algo molesta.

Para facilitar el acceso a este tipo de pruebas, además de los mamógrafos instalados en centros sanitarios, se han habilitado unidades móviles de mamografía, que se desplazan por las distintas ciudades y pueblos para llegar más fácilmente a toda la población.



Campaña “En una mamografía se ve la vida”

La creatividad de la campaña “**En una mamografía se ve la vida**” ha sido realizada por la agencia de publicidad **McCann&Erickson**. Para la difusión de esta campaña de información y concienciación, se van a distribuir 207.000 folletos, 44.000 carteles, 150.000 marca páginas, 2.670 vinilos y 894 decoraciones de mobiliario urbano.

A esta campaña se han unido diferentes entidades con gran capacidad para llegar a un elevado porcentaje de la población: Mutua Masters Series, Revista Runners, Canal Cuatro a través del Concurso Supermodelo 2006, El Corte Inglés, Iberia, Vueling, Avon, TRUCCO, ghd y City Time-Pandora.

Con motivo de la campaña de detección precoz, la **aecc**, junto con las entidades mencionadas, pondrá en marcha una serie de actividades:

- El día de hoy, a las 10:00 pm , durante el concurso **Supermodelo 2006** la **Cuarta**, cadena de televisión consciente del impacto que tienen los mensajes que se transmiten por ese medio, se une a la campaña de lucha contra el cáncer de mama con un programa dedicado a las mujeres que han padecido o padecen esta enfermedad. Entre el jurado invitado ese día estará Sandra Ibarra, modelo y conocedora de los efectos de los tratamientos para luchar contra el cáncer.
- **Mutua Madrileña Masters Series** se une a la lucha contra el cáncer de mama y contribuirá a la campaña de sensibilización durante todo el día 19 de Octubre. La retransmisión de los partidos el día 19 de octubre puede llegar a máxima audiencia en TV2 y conecta en directo con el telediario de TV1 esa misma noche. Por eso, las acciones previstas para difundir el mensaje de la campaña de mama de este año tendrán la máxima repercusión.
- La compañía aérea **Iberia** tiene previsto unirse a la campaña de concienciación a través de su personal de tierra que entregará un folleto sobre el cáncer de mama con cada tarjeta de embarque en todos los mostradores de la compañía en toda España durante el día 19.
- En los mostradores de **Vueling** de varias provincias españolas el personal de tierra repartirá folletos explicativos de la campaña de detección de cáncer de mama con las tarjetas de embarque y todos, tanto el personal de tierra como los tripulantes de cabina llevarán ese día el lazo rosa símbolo de la esta lucha.
- **El Corte Inglés**, consciente de su implantación en toda la geografía española y de la excelente ubicación de sus centros comerciales ha decidido ofrecer el espacio frente a cada uno de sus centros para colocar mesas informativas sobre el cáncer de mama.
- **TRUCCO** dedicó su desfile de presentación de la colección otoño-invierno a la causa del cáncer de mama. Desde el 15 de septiembre las tiendas TRUCCO están contribuyendo con la causa repartiendo folletos y recaudando dinero. TRUCCO ha puesto a la venta un collar solidario cuyo importe está íntegramente destinado a la **aecc**. Las vendedoras llevaran el lazo solidario y durante el día 19 lo repartirán a cada una de las clientas.
- La empresa de joyería **City Time- Pandora** se suma también a la campaña contra el cáncer de mama con la puesta en distribución de un abalorio rosa que está dedicado también a esta causa. Parte del beneficio de este abalorio está destinado también a la **aecc**.
- La empresa de productos de alta peluquería **ghd**, organiza como otros años, su campaña de planchas de pelo rosas en la que convoca a prensa de belleza. De esta forma están contribuyendo a la difusión del mensaje de detección precoz del cáncer de mama y colaboran también económicamente en la lucha contra el cáncer.



- La revista **Runners** celebra las Carreras de la Mujer donde se difunde el mensaje de nuestras campañas. Este año se han celebrado ya las carreras en Madrid, Valencia, Gijón, León, Bilbao y Sevilla. Faltan aún por celebrarse las de Barcelona y Zaragoza.
- **AVON** es una empresa tradicionalmente comprometida con la causa del cáncer de mama. Dedicada en su mayor parte a las mujeres, celebra en todo el mundo el día de la lucha contra esta enfermedad con actos públicos y deportivos. En España, como en ocasiones anteriores, AVON celebra este año una Marcha Mundial el próximo 22 de Octubre. Este año la carrera se celebra en Alcalá de Henares, Madrid.

Subportal "muchoxvivir"

La **Asociación Española Contra el Cáncer (aecc)** presenta el nuevo subportal sobre cáncer de mama "**muchoxvivir**". Se trata de un espacio dedicado a la mujer con cáncer de mama, con una imagen positiva y cercana, en el que podrá encontrar información y apoyo, transmitido por un equipo de profesionales y mujeres diagnosticadas de esta enfermedad.

Uno de los objetivos que se persigue con este subportal es proporcionar a las mujeres más recursos que contribuyan a mejorar su calidad de vida informando sobre el cáncer de mama y adecuándolo a las nuevas necesidades de las mujeres.

Se trata de un subportal de fácil acceso, a través de www.muchoxvivir.org o de la página web de la **aecc** www.todocancer.org y con posibilidad de interacción. Se tendrá acceso a información sobre tratamientos, prevención y detección precoz, seguimiento, pronóstico y repercusiones físicas, psicológicas y sociales, linfedema....

Para la puesta en marcha del subportal "**muchoxvivir**" la **aecc** ha contado con la colaboración inestimable de **Telefónica** y **Astra Zeneca**. Además, han contribuido a financiarlo **GSK**, **Roche**, **Pfizer** y la **American Cancer Society**.

En la elaboración de algunos contenidos del portal han participado instituciones como la **Asociación Española de Estética Reparadora Integral**, la **Asociación Española de Fisioterapeutas**, la **SECPRE** (Sociedad Española de Cirugía Estética) y la **Fundación Alicia**.

Chat Consulta

Por otro lado, el chat mensual Consulta se celebrará el día 19 a las 16:30, contando con la presencia del Dr. Vicente Guillem, Jefe del Servicio de Oncología Médica del Instituto Valenciano de Oncología (IVO) y Presidente del Comité Técnico de la **aecc**.

Este chat es una iniciativa pionera lanzada el pasado mes de mayo por la **Asociación Española Contra el Cáncer** y Novartis Oncology, y que cuenta con el apoyo del Grupo Español de Investigación en Cáncer de Mama (GEICAM).

El objetivo de "Consulta" es ofrecer a los pacientes con cáncer de mama y a sus familiares, de manera mensual, la posibilidad de resolver sus dudas on-line mediante chats con reconocidos especialistas (oncólogos y psico-oncólogos).

La aecc y el cáncer de mama

La **aecc** lleva a cabo acciones de prevención (campañas de información y concienciación y **programas** de detección precoz) y cuenta con un plan integral de apoyo a la mujer diagnosticada de cáncer de mama y a sus familias con el fin de, conseguir una buena adaptación a la enfermedad, a los tratamientos y mejorar su calidad de vida.

Para ello pone en marcha distintos servicios tales como: atención psicológica individual, atención psicológica en grupo, servicio de masaje linfático, talleres ocupacionales, actividades de ocio y tiempo libre y programa de voluntariado testimonial, en el que mujeres que han



sufrido cáncer de mama, tras un periodo de formación, ofrecen su experiencia a otras mujeres recién diagnosticadas u operadas.

En los próximos años, la **Asociación** destinará más esfuerzos y recursos para desarrollar campañas de concienciación sobre el diagnóstico precoz del cáncer de mama, servicios de atención psicológica especializada y la investigación.

La Asociación Española Contra el Cáncer (aecc)

La **Asociación Española Contra el Cáncer (aecc)** es una ONG que se constituye en 1953 como una entidad social privada, sin ánimo de lucro y declarada de utilidad pública, cuyo principal propósito es luchar contra el cáncer en todas sus modalidades conocidas o que en el futuro se conozcan. Para contribuir a la formación de investigadores y fomentar la investigación oncológica, la **aecc** creó en 1971 la Fundación Científica, que canaliza y gestiona los fondos dedicados a estos fines.

El trabajo de la **aecc** se desarrolla bajo una filosofía de colaboración y apoyo mutuo con las autoridades sanitarias, las instituciones científicas y aquellas otras entidades que persigan un fin análogo al de la **Asociación**. Todo ello siempre bajo los principios de independencia, imparcialidad, transparencia y objetividad.

La **aecc** tiene su sede central en Madrid y desarrolla su actividad en toda España gracias a sus 52 Juntas Provinciales, con representación en más de 2.000 localidades.

Para más información de la **aecc**, **Infocáncer 900 100 036**, www.todocancer.org. Si quieres colaborar envía la palabra **AYUDA** al **7788**.

Para más información:

Ketchum/SEIS

Renata del Valle/ Ana González

renata.valle@ketchum.com

ana.gonzalez@ketchum.com

Tel: 91 788 32 00