

# Memoria de actividad e impacto mediático

## II Workshop ASTUCE Spain

'Más allá del diagnóstico':

Una fotografía social de los tumores cerebrales



# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO'

## UNA FOTOGRAFÍA SOCIAL DE LOS TUMORES CEREBRALES



### CONTEXTO

Con motivo del **Día Internacional de los Tumores Cerebrales**, **ASTUCE Spain** impulsó la segunda edición del **Workshop "Más allá del diagnóstico"**, un encuentro concebido para situar esta enfermedad en el centro de la conversación pública y generar un **espacio de diálogo** entre pacientes, profesionales sanitarios, investigadores, asociaciones e industria.

Uno de los principales hitos del encuentro fue la presentación de la encuesta **"Percepción Social de los Tumores Cerebrales"**, elaborada junto con **Ipsos**, convirtiéndose en la primera radiografía real sobre el conocimiento y la percepción social de esta patología en España.

La jornada se completó con una actualización científica sobre oligodendroglioma, una **mesa de pacientes** y la entrega de **Becas GEINO**.

**EL 56% DE LOS ESPAÑOLES SEÑALA LOS TUMORES CEREBRALES COMO SU MAYOR TEMOR SANITARIO, AUNQUE EL 59% ADMITE CONOCER MUY POCO O NADA SOBRE ELLOS**

### PERCEPCIÓN SOCIAL DE LOS TUMORES CEREBRALES

El II Workshop contó con una completa agenda para dar voz a ASTUCE Spain, a los resultados de la encuesta IPSOS, a **médicos** y a los verdaderos protagonistas: **los pacientes**. El evento contó como maestra de ceremonias con **Raquel Bonilla**, periodista de La Razón especializada en Salud.

#### PRESENTACIÓN ENCUESTA IPSOS Y ASTUCE SPAIN

Presentación de las conclusiones de la encuesta "Percepción social de los tumores cerebrales":

- ✓ **Silvia Bravo**, directora de Opinión Pública de Ipsos.
- ✓ **Manuel Meléndez**, coordinador del comité científico de ASTUCE Spain y cofundador del proyecto OligoSpain y ASTUCE Spain.

#### VISIÓN GENERAL SOBRE LOS ÚLTIMOS AVANCES EN OLIGODENDROGLIOMA

- ✓ **Dr. Juan Solivera Vela**, jefe del Servicio de Neurocirugía del Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba y miembro del comité científico de ASTUCE Spain.

#### BLOQUE DE PACIENTES

Mesa de reflexión con pacientes: "La familia ante el diagnóstico".

- ✓ **Daniel López**, paciente de glioblastoma.
- ✓ **Rocío Hidalgo**, paciente de oligodendroglioma.
- ✓ **Alfredo Herrero**, paciente de oligodendroglioma.
- ✓ **Andrea Rubio**, neuropsicóloga y familiar de paciente.

#### CEREMONIA DE ENTREGA DE BECAS GEINO

Entrega de Becas y Premios GEINO y ASTUCE Spain:

- ✓ **Dra. María Ángeles Vaz**, presidenta de GEINO.

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - LA PREVIA

## UNA FOTOGRAFÍA SOCIAL DE LOS TUMORES CEREBRALES



### PREPARACIÓN INTEGRAL

*La preparación del workshop implicó el desarrollo de un plan integral de organización, producción y comunicación, coordinando tanto los materiales necesarios para el evento como la estrategia de convocatoria y difusión previa y posterior.*

#### Planificación y coordinación de materiales

- Agenda-Escaleta
- Guión ampliado
- PPT Guía del acto para proyección
- Reuniones seguimiento con IPSOS, pacientes y ASTUCE
- Seguimiento de convocatoria y gestión de medios

#### Materiales externos

- Save the date (StD)
- Convocatoria con agenda ampliada
- Nota de prensa y ampliaciones
- Invitaciones para clínicos y asociaciones (ASTUCE)

#### Producción

- Trasera con logotipos patrocinadores y título evento
- Contratación de fotógrafo profesional
- Gestión de desplazamiento para 4 personas

#### Informes

- Seguimiento en los días posteriores al encuentro
- Informe de cierre

ASTUCE  
SPAIN

# 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO'

## Una fotografía social de los tumores cerebrales

Con la colaboración de:

novocure®

SERVIER

GSK

ASTUCE SPAIN

## 11.06.26

!! WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO'  
UNA FOTOGRAFÍA SOCIAL DE LOS TUMORES CEREBRALES

Presentación de una radiografía inédita de los tumores cerebrales en España en un foro pensado para profundizar en la situación actual de esta patología de la mano de especialistas médicos, pacientes y familiares.

10h15 - 10h30 | Acreditaciones

10h30 - 10h35 | Bienvenida a cargo de Raquel Bonilla, redactora de Salud de La Razón

## PERCEPCIONES SOBRE LOS TUMORES CEREBRALES

Junio 2026

tin  
kle

© Ipsos (2026) | Todos los Perceptivos  
deben ser utilizados con el consentimiento de Ipsos (2026)  
Y el consentimiento de los clientes.

IPROS

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - LA PREVIA

## UNA FOTOGRAFIA SOCIAL DE LOS TUMORES CEREBRALES



**Una estrategia de comunicación escalonada para maximizar la visibilidad y asistencia al workshop**

### CONVOCATORIA A MEDIOS

- ✓ **19.05:** Envío de STD a medios
- ✓ **27.05:** ASTUCE presenta una radiografía inédita sobre la percepción social de los tumores cerebrales en España

### NOTAS DE PRENSA

- ✓ **03.06:** El 72% de los españoles denuncia el "silencio mediático" que sufren los tumores cerebrales
- ✓ **08.06:** ASTUCE Spain reclama cambios urgentes a nivel asistencial para pacientes con tumores cerebrales
- ✓ **11.06:** El 56% de los españoles señala los tumores cerebrales como su mayor temor sanitario, aunque el 59% admite conocer muy poco o nada sobre ellos

Medios como **El Confidencial**, **Vozpópuli** o **La Vanguardia** se hicieron eco de la convocatoria en la que se anticipaba la presentación de la radiografía inédita sobre TCs.

**Servimedia**, una de las agencias de noticias más importantes, publicó el adelanto de uno de los datos de la encuesta (el del 72%). La pieza se replicó en multitud de medios de alcance nacional y regional.

Además, con motivo de la celebración del Día de los Tumores Cerebrales el 8 de junio, enviamos una nota de prensa con las reivindicaciones asistenciales de ASTUCE Spain, que fueron recogidas por medios como **Noticias de Salud**, **El Economista** o **Servimedia**. En ella, además, se hizo referencia al Workshop.

## II Workshop ASTUCE Spain "Más allá del diagnóstico"

**¿Qué piensa la sociedad de los Tumores Cerebrales? ¿Y de su tratamiento en medios de comunicación? ¿Cuánto miedo generan a los españoles?**

ASTUCE Spain tiene el placer de invitarte a la presentación de una **radiografía inédita** de los tumores cerebrales en España a través de la presentación del estudio:

"Percepción Social de los Tumores Cerebrales", elaborado por Ipsos

Durante el evento, destinado a medios de comunicación, se profundizará en la situación actual de los tumores cerebrales en España de la mano de especialistas médicos, pacientes y familiares. Tendremos la oportunidad de debatir las conclusiones obtenidas a partir de las encuestas realizadas a población general, pacientes y familiares. Se abordarán los principales retos en diagnóstico, investigación, acceso a la innovación y atención a los pacientes, así como los aspectos sociales que aún están pendientes por parte de las instituciones. Asimismo, conoceremos las novedades en investigación en tumores cerebrales y podremos escuchar el testimonio de familiares y pacientes con este tipo de cáncer.

Además, en el marco del Workshop, se celebrará la

**Ceremonia de entrega de las Becas GEINO**

TE ESPERAMOS EL PRÓXIMO

JUEVES  
**11 JUNIO '26**

A LAS **10:30** HORAS  
MADRID

HAVAS VILLAGE  
C/ ELOY GONZALO 10 - PLANTA 1



SE PRESENTARÁ EL 11 DE JUNIO

**El 72% de los españoles denuncia el "silencio mediático" que sufren los tumores cerebrales**

ASTUCE Spain presenta una radiografía inédita sobre la percepción social de los tumores cerebrales en España

EL VALOR DE SER LIBRES Y FIABLES  
**vozpópuli**



ASTUCE Spain reclama cambios urgentes a nivel asistencial para pacientes con tumores cerebrales

NOTICIAS de SALUD

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL EVENTO EL ENCUENTRO EN IMÁGENES



El workshop reunió a representantes del ámbito clínico, científico, asociativo y de pacientes en una jornada marcada por el diálogo y la reflexión conjunta sobre la realidad de los tumores cerebrales



**+ 50 ASISTENTES AL EVENTO**  
**13 PERIODISTAS DE 10 MEDIOS**



# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL EVENTO EL ENCUENTRO EN IMÁGENES PONENTES DE EXCEPCIÓN



**RAQUEL BONILLA**

Periodista de Salud del periódico La Razón, conductora del Workshop



**DR. JUAN SOLIVERA**

Jefe del Servicio de Neurocirugía del Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba y miembro del comité científico de ASTUCE Spain y del proyecto OligoSpain



**MANUEL MELÉNDEZ**

Coordinador del Comité Científico y co-fundador de ASTUCE Spain



**SILVIA BRAVO**

Directora de Opinión Pública de IPSOS



**DRA. M.ª. ÁNGELES VAZ.**

Oncología Médica del Hospital Universitario Ramón y Cajal de Madrid, IRYCIS. Presidenta del Grupo Español de Investigación en Neuro oncología (GEINO)

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL EVENTO

## EL ENCUENTRO EN IMÁGENES

PONENTES DESTACADOS | PACIENTES Y FAMILIARES



La voz de los pacientes ocupó un lugar central durante la jornada, quienes mostraron sus principales inquietudes y reivindicaciones al sistema sanitario y a la industria



**ANDREA RUBIO**

Neuropsicóloga especializada en daño cerebral y familiar de paciente con tumor cerebral



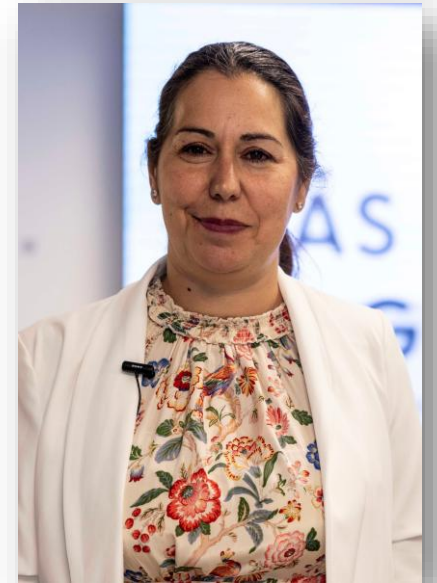
**ALFREDO HERRERO**

Programador informático y paciente de oligodendroglioma



**DANIEL LÓPEZ**

Ingeniero de telecomunicaciones y paciente de glioblastoma



**ROCÍO HIDALGO**

Farmacéutica y paciente de oligodendroglioma

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL EVENTO

## EL ENCUENTRO EN IMÁGENES

### UNA ENCUESTA DE ALTO IMPACTO



La encuesta elaborada por ASTUCE Spain e Ipsos es una radiografía inédita sobre la percepción social de los tumores cerebrales en España. Durante la presentación, se mostraron datos interesantes de la mano de Silvia Bravo (Ipsos) y Manuel Meléndez (ASTUCE).



El **56%** de los españoles señala los tumores cerebrales como su mayor temor sanitario, pero el **59%** admite conocer muy poco o nada sobre ellos

Desigualdad territorial:

**62%** de los españoles

percibe que la rapidez en el diagnóstico varía significativamente entre CCAA.

El **43%** considera desigual el acceso a tratamientos avanzados.

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL IMPACTO ELEVADA REPERCUSIÓN



## PRINCIPALES MAGNITUDES



**+950**  
IMPACTOS



**+42mill**  
AUDIENCIA



**+1,9mill€**  
VALOR COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación permitió trasladar los principales mensajes del workshop a medios generalistas, económicos, sanitarios y audiovisuales, generando una amplia conversación mediática y reforzando el posicionamiento de ASTUCE Spain como entidad de referencia en tumores cerebrales.

El **Confidencial**, además de asistir presencialmente al Workshop, publicó una extensa noticia centrada en el encuentro con los mensajes principales de médicos y pacientes.

Asimismo, **La Razón** publicó una pieza infográfica en el suplemento **A Tu Salud**.

## El Confidencial

### La paradoja del cáncer cerebral: el tumor al que más temen los españoles sigue relegado al olvido

Las novedades científicas llegan a cuentagotas y la percepción de la sociedad avanza a ciegas entre el pánico y el desconocimiento absoluto, tal y como revela una encuesta de la asociación ASTUCE Spain

## LA RAZÓN

### Tumores cerebrales: son los más temidos, pero los más desconocidos

El 60% de los diagnósticos de este cáncer llega hasta tres meses después de los síntomas

**¿QUÉ ES?**  
Un tumor cerebral es una lesión anormal que se forma en el cerebro o en la médula espinal. Puede ser benigno o maligno.

**TIPOS**  
- Gliomas: se originan en las células gliales.  
- Meningiomas: se originan en las meninges.  
- Schwannomas: se originan en los nervios periféricos.

**SÍNTOMAS**  
- Cambios de personalidad o comportamiento.  
- Debilidad o entumecimiento en una parte del cuerpo.  
- Dolor de cabeza.  
- Náuseas y vómitos.  
- Problemas de visión.  
- Pérdida de audición o cambios en el habla.

**DIAGNÓSTICO**  
- Resonancia magnética.  
- Tomografía computarizada.  
- Biopsia.

**TRATAMIENTO**  
- Cirugía.  
- Radioterapia.  
- Quimioterapia.

**PROGNÓSTICO**  
- Depende del tipo de tumor, su tamaño y su ubicación.

**PREVENCIÓN**  
- No se conoce una forma clara de prevenir los tumores cerebrales.

**Europa Press (Infosalus) y Servimedia**, dos de las agencias de noticias más importantes de España, publicaron la noticia, impulsando su visibilidad en otros medios.

## europa press



## Los tumores cerebrales son el mayor temor sanitario para el 56% de los españoles



## mejoresdoctors.



## Sanidad



Medios sanitarios especializados como **iSanidad y Mejores Doctors** también asistieron y se hicieron eco de los datos presentados.

## elEconomista.es



## LA VANGUARDIA



Medios de la talla de **La Vanguardia, Vozpópuli o El Economista** se hicieron eco del evento, subrayando la paradoja crítica que reflejaba el informe elaborado por IPSOS y **ASTUCE Spain**.

## elPeriódico.com



## el Periódico

## el Periódico

## La Opinión

## FARO DE VIGO

## CÓRDOBA

**Prensa Ibérica**, uno de los principales grupos editoriales del país, se hizo de la noticia, generando un gran impacto en diferentes cabeceras repartidas por toda la geografía española.

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL IMPACTO RELEVANTE IMPACTO AUDIOVISUAL

La cobertura audiovisual amplificó el alcance del Workshop más allá de los asistentes presenciales, llevando las principales conclusiones a audiencias masivas mediante **televisión, vídeo y radio**.

tve

Cadenas de televisión como la nacional y pública **TVE**, así como la agencia de noticias **Servimedia**, hicieron piezas para hacerse eco del evento y las principales peticiones en tumores cerebrales.

24h

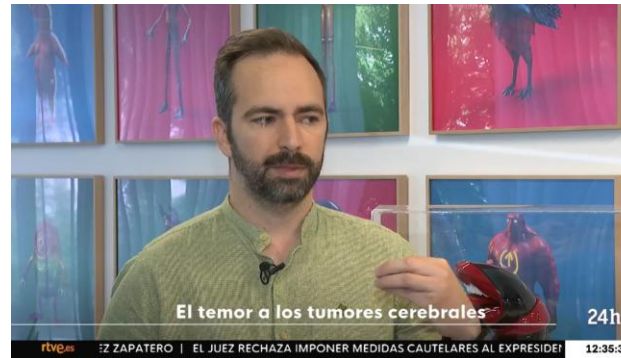
**TVE** acudió al evento y elaboró una pieza que se emitió tanto en el **Telediario Territorial de Madrid** como en los **Informativos** del Canal 24 Horas. En la pieza se ofrece una triple perspectiva al entrevistar a: Daniel López y Alfredo Herrero como pacientes, Manuel Meléndez, como parte de ASTUCE Spain y a Juan Solivera como clínico.

servimedia

**Servimedia** también cubrió el acto de forma audiovisual, cuya pieza fue amplificada por medios digitales. En ella aparecen declaraciones de Manuel Meléndez, Juan Solivera, Rocío Hidalgo y Daniel López.

Onda Regional

Días después, **Onda Regional de Murcia** entrevistó a **Manuel Meléndez** sobre "la paradoja crítica", presentada durante el Workshop.



# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL IMPACTO

## IMPACTOS DESTACADOS EN RRSS



**LAS REDES SOCIALES PROLONGARON LA CONVERSACIÓN INICIADA DURANTE EL WORKSHOP Y CONTRIBUYERON A REFORZAR LA VISIBILIDAD DE ASTUCE SPAIN ENTRE PACIENTES, PROFESIONALES SANITARIOS Y ENTIDADES COLABORADORAS.**

La difusión del workshop en redes sociales amplificó su impacto más allá del ámbito del evento, reforzando el posicionamiento de **ASTUCE Spain** como referencia en la sensibilización sobre los tumores cerebrales.

Los perfiles oficiales de ASTUCE Spain en **Instagram y Facebook** actuaron como principales canales de comunicación y difusión del workshop, generando visibilidad, interacción y alcance entre la comunidad científica, sanitaria y de pacientes.

Además, otras entidades participantes en el Workshop, como la **AECC** o el **IMIBIC**, publicaron en sus canales oficiales imágenes y momentos del evento.

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO' - EL IMPACTO

## IMPACTOS DESTACADOS EN RRSS



La conversación también se trasladó a los canales sociales de diversos medios de comunicación, que amplificaron los principales datos de la encuesta y los testimonios compartidos durante el encuentro.



En Instagram, el medio especializado **Mejores Doctors** publicó datos presentados en la encuesta, declaraciones de la mesa de pacientes y también de Manuel Meléndez, junto con imágenes y gráficos.

Otros medios de comunicación publicaron la noticia en la red social Facebook. Es el caso de **El Plural, Infosalus, Servimedia, El Confidencial** o **iSanidad**.

# WORKSHOP 'MÁS ALLÁ DEL DIAGNÓSTICO'

## PRINCIPALES CONCLUSIONES



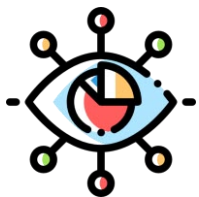
### Posicionamiento

El workshop consolida a **ASTUCE Spain** como una **voz de referencia** en la sensibilización y representación de las personas con tumores cerebrales y su entorno más cercano.



### Impacto

La presentación de la encuesta sobre percepción social permitió trasladar a la opinión pública -de forma medible- **una realidad hasta ahora poco conocida**, generando interés informativo y conversación en torno a esta enfermedad.



### Visibilidad

La estrategia de comunicación consiguió amplificar los principales mensajes del encuentro mediante una **amplia cobertura en medios, presencia audiovisual y difusión en redes sociales**, multiplicando el alcance del evento más allá de la jornada presencial.

# ¡Gracias!

