



we can

Women's Empowerment
Cancer Advocacy Network

INSTRUMENTE DE ADVOCACY ÎN CANCERUL LA SÂN ȘI DE COL

*Educate.
Advocate.
Share.
Reach out.*

Cuprins:

I Noțiuni generale despre cancer.....	3
II. Noțiuni de bază	5
III. Idei de activitate de advocacy	6
IV. Dezvoltarea unui plan de advocacy	10
V. Cultivarea donatorilor	16
VI. Resurse	17
VII. Sfaturi	18
VIII. Apendicele 1: Exemplu Op-Ed.....	19

I. NOȚIUNI GENERALE DESPRE CANCER

- Ce este cancerul?
- Care sunt factorii de risc?
- Ce este prevenirea, depistarea precoce și screening-ul?

ÎNTELEGFEREA NOTIUNILOR DE BAZĂ

Ce este cancerul?

Există mai multe tipuri de cancer, dar toate apar atunci când celulele anormale dintr-o anumită parte a corpului încep să crească și să se înmulțească necontrolat. Această creștere celulară anormală diferă de creșterea obișnuită a celulelor, pentru că în locul celulelor care mor continuă să crească și să se formeze noi celule anormale, care invadează și alte țesuturi. Celulele devin maligne (canceroase) datorită deteriorării ADN-ului lor. Când ADN-ul celulelor sănătoase se deteriorează, fie se repară ce este deteriorat, fie mor, dar în celulele maligne ADN-ul rămâne deteriorat și în loc să moară, aceasta reproduce celule cu același ADN deteriorat. În timp ce ADN-ul deteriorat poate fi moștenit, majoritatea daunelor sunt cauzate în timpul reproducerii celulelor normale sau din cauza unor factori de mediu. Celulele adesea formează noduli sau tumori (dar nu toți nodulii sau tumorile sunt maligne) și cancerul este adesea numit după partea corpului unde s-a dezvoltat tumora. Toate cancerurile sunt cauzate de creștere necontrolată a celulelor anormale, dar sunt multe tipuri de cancer diferite, care se comportă diferit și necesită un tratament diferit.

Ce este cancerul de sân?

Când celulele anormale formează o tumoră malignă în sân este numit cancer de sân. Sânul unei femei este format din lobuli (glandele producătoare de lapte), conducte (tuburi mici care transporta laptele de la lobuli la mamelon) și stromei (țesutul gras și țesutul conjunctiv care înconjoară conductele și lobulii, vasele de sânge și vasele limfatice). Cele mai multe cancer de sân sunt cancer ductale; acestea provin din celulele care umple conductele. Există, de asemenea tipuri de cancer lobulare care încep în celulele care umple de lobuli. O modalitate de răspândire a cancerului este prin ganglionii limfatici, celulele mici ale sistemului imunitar conectate la vasele limfatice (cum ar fi venele, dar ele transporta limfa în loc de sânge de la sân mai departe). Celulele cancerului de sân pot intra în aceste vase și pot crește în ganglionii limfatici (sub braț, în interiorul pieptului sau în apropierea claviculei). În cazul în care celulele canceroase se găsesc în ganglionii limfatici, există un risc mai mare ca celulele să se fi răspândit prin sistemul sanguin și să se fi răspândit și în alte părți ale corpului. Totuși, nu toți nodulii de sân sunt maligni (canceroși).

Ce este cancerul de col uterin?

Când cancerul se formează în țesuturile colului uterin, organul de legătură dintre uter (locul unde se dezvoltă bebelușul, atunci când o femeie este însărcinată) și vagin, (canalul nașterii), este numit cancer de col uterin. Acesta este, de obicei un cancer cu dezvoltare lentă, care nu are întotdeauna simptome, dar poate fi depistat cu test Babeș-Papanicolaou regulate (de asemenea, cunoscut sub numele de teste Pap - o procedură în care celulele sunt razuite din colul uterin și studiate la microscop). Cancerul de col uterin este aproape întotdeauna cauzat de infecția cu virusul papiloma uman (HPV).

FACTORI DE RISC CUNOSCUȚI

Ce este un factor de risc?

Diferite tipuri de cancer au factori de risc diferiți

Un factor de risc este ceva care crește posibilitatea de îmbolnăvire. Este important să înțelegeți că având unul sau mai mulți factori de risc nu înseamnă că veți face cancer. Unii oameni vor face cancer, fără să se expună la niciun factor de risc, dar este util să fie conștienți de cei mai comuni factorii de risc și să știe cum pot reduce riscul. Există diferite tipuri de factori de risc, cum ar fi: comportamentali (stilul de viață), de mediu, biologice și genetice. Unii factori pot fi schimbați, cum ar fi comportamentul, iar alții, cum ar fi vârsta, nu pot.

Care sunt factorii de risc pentru cancerul de sân?

În urma cercetărilor au fost indentificați mai mulți factori de risc care pot crește posibilitatea de a face cancer de sân, inclusiv:

- Îmbătrânirea
- Prima menstruație (înainte de 12 ani)
- Intrarea târzie în menopauză (după 55 ani)
- Vârsta înaintată la nașterea primului copil
- Nicio naștere
- Nu a alăptat
- Antecedente personale de cancer de sân sau unele boli de sân ne-maligne
- Istoric în familie bde cancer de sân (mama, sora, fiica)
- Sâni denși
- Radioterapie doza mare în zona toracică - piept (la o vârstă fragedă)
- Supraponderalitatea (crește riscul pentru cancerul de sân după menopauză)
- Utilizarea pe termen lung a terapiei de substituție hormonală (estrogen și progesteron combinate)
- Mofificări ale genelor BRCA1 sau BRCA2 care au legătură cu cancerul de sân
- Consumul de alcool (mai mult de un pahar pe zi)
- Stilul de viață sedentar / nu face gimnastică/mișcare în mod regulat

Care sunt factorii de risc pentru cancerul de col uterin?

În urma cercetărilor au fost identificați mai mulți factori de risc care pot crește posibilitatea de a face cancer de col uterin, inclusiv:

- Fumatul, activ sau pasiv
- În oarecare măsură 3 sau mai multe sarcini la termen
- Prima sarcină la termen la vârstă tânără (sub 17 ani)
- Imunosupresia (HIV / SIDA)
- Infecție cu Chlamydia
- Supraponderabilitatea
- Istoricul familial de cancer de col uterin
- Utilizarea pe termen lung a contraceptivelor orale (Notă: Este important să discutați cu un furnizor, dacă beneficiile utilizării contraceptivelor orale depășesc riscurile potențiale. De asemenea, studiile arată că riscul scade odată cu stoparea administrării contraceptivelor orale)

PREVENIRE, SCREENING ȘI DIAGNOSTIC

Ce este prevenirea cancerului?

Prevenirea este o acțiune întreprinsă pentru a reduce posibilitatea de a face o boală sau o stare. Prevenirea cancerului include evitarea factorilor de risc de cancer, creșterea factorilor de protecție (renunțarea la fumat, mișcare/exercițiile fizice, o dietă sănătoasă), participarea la programe de screening și, în unele cazuri, vaccinarea (cu vaccinul HPV pentru prevenirea cancerului de col uterin).

Evitarea infectării cu virusul papilloma uman HPV

Pe baza unor dovezi solide, următoarele măsuri sunt eficiente pentru evitarea infectării cu virusul papilloma uman HPV, și astfel a cancerului de col uterin:

- Abținerea de la activitatea sexuală
Mărimea efectului: abținerea previne infectarea cu HPV
- Mijloace de protecție și/sau gel spermicid în timpul contactului sexual

Mărimea efectului: utilizarea integrală a barierelor de protecție scade incidența cancerului, riscul relativ fiind de 0,4

- Pe baza dovezilor reale, vaccinarea împotriva HPV 16 și HPV 18, reduce incidența și persistența infectării cu o eficiență de 91,6% și respective de 100%. Nu este cunoscută încă eficiența între 6 – 8 ani.

Ce este screening-ul în cancer?

Depistare a cancerului înseamnă verificarea pentru a vedea dacă boala există, atunci când nu dă nici un simptom. Prin screening pot fi depistate boli în stadiu incipient și poate exista o șansă mai mare de tratare și vindecare a bolii. Exemple de teste de screening de cancer sunt examenul clinic de sân sau mamografia (sân), colonoscopia (colon), și testul Papanicolau, testul HPV sau inspecție vizuală cu acid acetic (col uterin).

Depistarea precoce și screeningul

Depistarea precoce a cancerului de sân este atunci când cancerul de sân este detectat în stadii incipiente ale bolii. Screening-ul înseamnă testarea unei populații la risc pentru a identifica femeile care au anomalii care sugerează cancer de sân, înainte de a exista semne sau simptome ale bolii. Trei teste principale sunt folosite pentru a examina sânii pentru cancer. Discutați cu medicul dumneavoastră despre care teste sunt potrivite pentru tine, și când trebuie să le faci. Metode pot varia în funcție de resursele disponibile.

- **Conștientizarea asupra sănătății sânilor:** Conștientizarea sănătății sânilor include cunoașterea istoricului familiei și a factorilor de risc și ce este normal pentru tine, cu privire la sânii sau "cunoașterea stării tale normale". Aceasta include schimbarea dimensiunii sânilor, sfârcuri înfundate, umflături, roșeață, căldură, sau durere care nu dispare, supurări, dimpling și puckering, sau alte modificări ale pielii sau mamelonului.
- **Examenul clinic de sân:** Un examen clinic de sân este o examinare de către un medic, asistentă medicală sau alt furnizor de asistență medicală, care folosește mâinile sale ca să simtă nodulii sau alte modificări.
- **Mamografie:** O mamografie este un examen a sânelor cu raze X, utilizat pentru detectarea cancerului de sân în stadiu incipient, când este mai ușor de tratat și înainte de a fi suficient de mare pentru a simți sau cauza simptome (nu sunt disponibile în mai multe locuri).

Screening-ul cancerului de col uterin este o modalitate de a detecta celulele anormale din colul uterin, inclusiv leziuni precanceroase ale colului, precum și cancerul de col uterin precoce. Screening-ul cancerului de col uterin include două tipuri de teste: screening-ul pe baza de citologie, cunoscut sub numele de Babeș-Papanicolaou sau testul Pap sau frotiu Papanicolau, și testarea HPV. Scopul principal al screening-ului cu testul Papanicolau este detectarea celulelor anormale care se pot transforma în cancer dacă nu sunt tratate. Cu testul Babeș-Papanicolau pot fi depistate și afecțiuni necanceroase, cum ar fi infecțiile și inflamațiile, dar și celule maligne (canceroase). În populațiile unde screeningul se face în mod regulat; cu toate acestea, testul Babeș-Papanicolau identifică celulele anormale mai înainte de a se transforma în cancer. O alternativă la testarea pe baza de citologie este inspecție vizuală cu acid acetic (VIA).

- **Examenul pelvin:** În timp ce femeia stă întinsă pe masa de examinare (masa ginecologică de obice), personalul medical (medic/citolog/ asistentă medicală) introduce în vagin un instrument numit speculum pentru a-l dilata, astfel încât partea superioară a vaginului și colului uterin poate fi văzute. Această procedură permite, de asemenea personalului medical să ia o probă din celulele din colul uterin. Celulele sunt luate cu o racletă de lemn sau plastic și/sau o perie de col uterin și sunt apoi pregătite pentru analiză Pap într-unul din cele două

moduri. Într-un test Papanicolau conventional, specimenul (sau frotiu) este pus pe o lamelă de microscop și se adaugă un fixativ. Într-un test Papanicolau automat citologie bază pe lichid, celulele cervicale colectate cu o perie sau un alt instrument sunt introduse într-un flacon de conservant lichid. Diapozitivul sau flaconul este apoi trimis la un laborator pentru analize.

- **Inspekția vizuală cu acid acetic:** personalul medical (medicul/asistenta medicală) introduce în colul uterin un tampon cu oțet de ex. acid acetic și caută zonele care schimbă culoarea. Țesut cervical normal nu este afectat de acid acetic, dar țesutul deteriorat - cum ar fi leziunile pre-canceroase sau canceroase - devine albe. Personalul medical poate elimina apoi țesutul deteriorat pe loc, folosind crioterapia sau alte tehnici, sau pot efectua o biopsie pentru o analiză mai minuțioasă.

Teste de diagnostic

Există o varietate de teste de diagnostic care pot fi utilizate pentru a examina orice nereguli sau noduli suspecti detectați în screeningul mamar. În plus față de o mamografie de diagnostic, medicul poate folosi (în funcție de disponibilitate) următoarele:

- **Investigații cu ultrasunete/ecografia de sân:** o ecografie de sân folosește undele sonore (aceasta nu utilizează razele X și nu emit radiații) pentru obține o imagine a interiorului sânelui și poate ajuta la examinarea schimbărilor din sân, care pot fi simțite, dar nu se văd la o mamografie. Poate să fie utilă și pentru a face distincție într nodulii benigni și maligni (canceroși).
- **Biopsia (de sân sau col uterin):** Biopsia se poate face cu ajutorul unui ac sau printr-o intervenție chirurgicală pentru a elimina o parte sau toată tumora, sau țesutul, pentru a fi analizat la microscop. Tipul de biopsie depinde de mărimea și locația zonei sub semnul întrebării. O biopsie este singurul mod de a spune sigur dacă celulele sunt benigne sau maligne (canceroase).

II. NOȚIUNI DE BAZĂ

PASUL 1: Evaluarea comunității

- Dacă nu există nici unul în comunitatea ta, pregătește o listă completă cu serviciile unde femeile pot accesa serviciile de screening în cancer.
- **Evaluază informațiile disponibile în limbile locale, dacă acestea există**
- **Identificați lipsurile din comunitate (mai jos sunt propuse câteva întrebări):**
 - o Care este nivelul de conștientizare în ceea ce privește cancerul de sân?
 - o Există un program de screening?
 - o Medicii de îngrijire primară (medicii de familie) recomandă screening-ul?
 - o Ce opțiuni de tratament sunt disponibile?
 - o Care este procedura de trimitere?
 - o Cum poate un pacient a naviga în sistemul de sănătate?

- o Există grupuri de suport și îngrijire? Există suficient sprijin pentru grupurile de supraviețuitoare?
- o Există servicii de consiliere și de reabilitare pentru pacienții cu cancer de sân?
- o Ce face legislația medicală în vigoare pentru a asigura drepturile pacienților, accesul la tratament și îngrijirea paliativă?

PASUL 2: Brainstorm pentru Activități Advocacy

Ce înseamnă să fi advocate?

Pentru a fi un avocat trebuie să sprijini în mod activ sau a aperi o cauză. Există mai multe moduri de a face acest lucru, atât în public cât și în particular. Advocacy este despre a face o diferență și oricine care vrea să facă o diferență poate fi un avocat.

Există numeroase moduri de implicare în advocacy de cancer și cea mai bună opțiune pentru tine și comunitatea ta depinde de mai mulți factori, inclusiv interesele, abilitățile, nevoile comunității și multe altele.

Evaluare personală:

- De ce ești pasionat în cea mai mare măsură?
- Care sunt aptitudinile cu care poți contribui?
- Ce abilități dorești să dezvolți?
- În ce tip de rol te simți confortabil?
- Te simți mai confortabil cu advocacy-ul personal /privat sau advocacy-ul public?
- Cât timp poți să dedici advocacy-ului în cancerul la sân?

III. IDEI DE ACTIVITĂȚI DE ADVOCACY

Mai jos sunt câteva categorii de advocacy. Fiecare categorie de activitate este urmată de întrebări pentru a vă ajuta să evaluați ceea ce are sens pentru tine. Revizuiți activitățile și răspunde la întrebări, apoi discutați răspunsurile dumneavoastră într-un grup:

1. Advocacy pentru sprijinirea pacienților

Ca supraviețuitoare de cancer de sân aveți o perspectivă unică și experiență de a împărtăși, dacă dorești. Împărtășirea poveștii tale cu alte femei, față în față, poate să le ajute să devină mai conștiente. Ați putea, de asemenea:

- Să vă spuneți povestea într-un cadru neoficial, prietenilor, familiei și vecinilor și acesta fiind un mod de a crește gradul de conștientizare cu privire la screening-ul și supraviețuire;
- Ajută pur și simplu sau fii voluntar pentru femeile nou diagnosticate pentru a asculta grijile/temerile lor și pentru a vorbi despre experiența ta cu privire diagnostic, tratament și supraviețuire.

→ Întrebare personală pentru evaluare:

- Ce ai fi vrut să fi știut înainte de a fi diagnosticată? După diagnosticare? În timpul tratamentului? După tratament?
- Pe cine ai fi ascultat? De ce?
- Cum s-ar putea fi schimbat acest experiență a ta?
- Ce te-a surprins de-a lungul procesului?
- Te simți în largul tău să-ți împărtășești experiența cu cineva străin? Membru al familiei? Prieten?

2. Advocacy pentru Outreach / Educație și conștientizare în Comunitate

Dacă te simți în largul tău cu un rol mai public și dorești să ajungi la femei care e posibil să nu știe, să le educi despre factorii de risc, prevenirea și detectare, ai putea lua în considerare un rol de advocate orientat spre comunitate:

- Ajută la înființarea sau consolidarea grupurilor existente de sprijin în cancerul la sân.
- Scrie articole și participă la prezentări cu privire la cancerul la sân.
- Discută cu angajatorul cu privire la furnizarea de materiale / sesiuni de educație la locul de muncă;
- Adresează-vă medicului sau centrului de tratament în cancer și a află dacă există ceva la care poți contribui, suport, sau ceva ce poate fi început împreună.

→ Întrebări de evaluare a activității/personale:

- Ce sprijin este disponibil în prezent în comunitatea ta?
- Cum ai aflat despre el?
- Este adecvat?
- Ce tip de sprijin este oferit?
- Ce tip de sprijin a fost cel mai benefic pentru tine?
- Cum reflectă cancerul de sân știrile /mass-media? Cum ar putea acest lucru fi îmbunătățit?
- Locul tău de muncă oferă informații despre cancerul de sân și programe de screening?
- Este centrul de tratament activ în educarea femeilor despre cancerul de sân?
- Ce informații ai fi dorit să fi primit de la furnizorul tău de servicii de sănătate (ex. medicul de familie)?
- Cât de receptivă a fost furnizorul tău de servicii de sănătate (ex. medicul de familie) la întrebările tale?
- Avea cunoștință de orice sprijin post-tratament pentru pacientele cu cancer de sân?

3. Relații cu publicul / Advocacy-ul în media

Dacă ești foarte interesată de sensibilizarea opiniei publice cu privire la cancerul de sân și sensibilizarea publicului cu privire la impactul bolii, ia în considerare contribuția la campaniile publice existente:

- Educă-te!
- Participă sau fii voluntar într-un eveniment local (Cursa pentru vindecare, Ștafeta pentru viață, etc.); contactează organizațiile locale ca să afli ce activități fac ele pentru Luna de conștientizare asupra cancerului la sân, în luna octombrie a fiecărui an sau pentru Ziua Internațională Cancer la 4 februarie.
- Discutați cu mass-media despre gradului de conștientizare în cancerul la sân.

→ Întrebări de evaluare personale / activitate:

- Ai participat la un eveniment de conștientizare asupra cancerului în comunitatea ta? De ce sau de ce nu?
- Dacă da, cum ai participat?
- Simți că participarea ta a contribuit la conștientizare?
- Vrei să contribui mai mult la conștientizare?
- Cum te-ai putea implica pentru a crește mai mult gradul de conștientizare?
- Crezi că publicul este conștient de eveniment?
- Cum ar putea fi îmbunătățit evenimentul?
- Știți alte supraviețuitoare care nu participă, dar s-ar putea, dacă ar fi invitate?
- Știți de alte evenimente publice de conștientizare cu privire la cancerul de sân?
- Care este preocuparea mass-mediei cu privire la sănătatea femeii și cancerul de sân?
- Există o posibilitate ca să scrii în mass-media despre asta?
- Există o poveste despre care ar trebui să scrie?

4. Advocacy pentru strângerea de fonduri

Strângere de fonduri, atât de la persoane fizice cât și de la și companiile, din comunitatea ta pentru a sprijini conștientizarea asupra cancerului la sân, tratamentul și advocacy-ul nu este încă o practică bine stabilită:

- Companiile de cercetare ar putea avea un interes în domeniul sănătății femeii, sau au un număr semnificativ de angajați de sex feminin și pot fi abordate cu idei.
- Aflați mai multe despre cultivarea donatorilor și a vezi cum poti ajuta grupurile de sprijin existente sau noile grupuri de sprijin să strângă fonduri de la donatori privați.

→ Întrebări pentru evaluarea activității:

- Ce aspecte ale cancerului de sân te interesează cel mai mult pentru căutarea de finanțare? (grupuri de sprijin, tratament, cercetare, etc.)

- Ce companii sau persoane fizice crezi că ar putea fi interesate să devină donatori și să susțină acest efort?
- De ce ar putea să contribuie la această cauză pentru a fi de interes pentru acești potențiali donatori? Cum s-ar putea beneficia de ele?
- Ce mesaj ai putea folosi pentru a-i co-interesa pe potențialii donatori în această cauză?
- Sunteți la curent cu orice grupuri de lucru pe această temă, care sunt pregătite să primească donații?
- Ce înseamnă pentru tine "cultivarea donator"?
- Ce doriți să aflați despre strângerea de fonduri și cultivarea donator?
- Cum plănuiești să recunoașteți și păstrați legătura cu acești donatori?

5. Advocacy în politică

De obicei există mai multe ministere (sănătate, educație, finanțe, etc.), precum și nivelurile de oficiali aleși implicați în planificarea controlului în cancerul, dar îi ascultă pe oamenii ca tine?

- Are țara ta un plan/program de control cancer? L-ai văzut?
- Contactează consiliile de sănătate relevante și află cum poți să te implici mai mult în elaborarea politicilor.
- Contactează oficialii aleși la nivel local, de stat sau/și regional și spune-le ce crezi despre depistarea cancerului de sân și de tratament în comunitatea ta.
- Contactează Ministerul Sănătății și vorbește cu ei despre situația actuală.

→ Întrebări pentru evaluarea activității:

- Ești familiarizată cu legislația de sănătate în vigoare?
- Este aceasta ceva de care ești interesată?
- De ce ar beneficia factorii de decizie politică de ceea ce aud de la tine?
- Care este mesajul tău?
- Știi vre-un politician sau factor de decizie politică?
- Știi oameni care lucrează pentru o organizație a societății civile care este angajat în advocacy?
- Ai beneficiat de program municipale sau național care vizează sprijinirea femeilor cu cancer de sân? Dacă este așa, contactați-le și adu-le la cunoștință. Există un rol pentru tine?

6. Advocacy în politică

Alegerile sunt o oportunitate de a pune sănătatea femeilor pe agenda politică.

- Întrebați oficialii aleși dacă vor aborda sănătatea femeii și cancerul de sân și ceea sunt pregătiți să facă în sprijinul sănătății femeilor.
- Caută organizații partenere care ar putea fi interesate de creșterea gradului de conștientizare cu privire la politica de sănătate a femeilor și a vedea cum poți contribui.

→ Întrebări de evaluare a activității

- Oficii aleși sau candidații vorbesc despre sănătatea femeii sau cancer de sân?
- Ai contactat vreodată un oficial ales pentru a vorbi despre sănătatea femeilor?
- De ce ar trebui oficialilor aleși sau candidaților să le pese de sănătatea femeilor?
- Cum sunt informați oficialii aleși cu privire la problemele de sănătate a femeii?
- Cine este activ în domeniul sănătății femeii? (societatea civilă și politicile publice)
- Cum ai putea să contribui la eforturile lor?

Poți face o diferență. Depinde de tine pentru a decide modul în care dorești să o faci.

IV. ELABORAREA UNUI PLAN DE ADVOCACY

Acum, că ai analizat mai multe tipuri de activități de advocacy este timpul să te gândești la ceea ce este potrivit pentru tine și cum să elaborezi un plan. În timp ce foile de lucru de mai jos sunt destinate activităților publice la scară mai mare, poți beneficia în continuare gândindu-te la unele dintre întrebările de mai jos, chiar dacă ești interesat doar într-o activitate advocacy la scară mică, mai privată. Oricum, aceasta va ajuta să îți faci temele și să ai un plan care include, dar nu se limitează la: o misiune, strategie, obiective, activități, indicatori, evaluare / monitorizare, revizuire și raportare.

1. Noțiuni de bază: Definirea problemei

Descrierea problemei	Cauzele profunde ale problemei	Cine este afectat și cum (dovezi?)	Potențială problemă Advocacy și activitatea

2. Identificarea și analiza părților interesate

Parte interesată este orice individ, grup sau organizație care are un interes într-un program sau o problemă. Proiectele au mai multe părți interesate, unele au autoritate asupra proiectului, iar unele ar putea fi afectate de proiect, vor contribui la punerea în aplicare a proiectului, sau pot sta în calea proiectului. Amintește-ți să te gândești la cine este afectat și cine va fi implicat. (Vezi mai jos un exemplul ipotetic)

Exemplu: Identificarea părților interesate

Părțile interesate (partizanii și adversarii)	Interes cheie în problema	Capacitate (de a influența factorii de decizie) și motivația	Poziție (de apărare, de susținere, în opoziție, nehotărât)	Influența	Posibile strategii de angajare a părților interesate
Femeile cu cancer de sân	Sănătatea personală, informații financiare	Capacitatea variază, motivație mare	Susținerer	Scazută spre medie	Împărtășirea experiențelor, acționează ca advocate, va îmbunătăți vizibilitatea supraviețuirii
Școli	Femeile din câmpul muncii ca profesori	Capacitate medie și motivația	Nehotărât	Medie	Angajarea în educație și conștientizare cu privire la depistarea precoce și tratamentul precoce
Magazin alimentar	Femeile sunt cel mai important client	Capacitate medie	Susținere	Medie	Conștientizare și sprijin financiar pentru tratament
Ministerul de Finanțe	Costul screening-ului și tratamentului	Capacitate mare Motivația scăzută de	Opoziție	High	Furnizează dovezi pentru factorii politici de decizie în ceea ce privește impactul bolii și beneficiile / eficiența costurilor de depistare precoce raportate la tratament în stadiu avansat/ingrijiri paliative.

Completați tabelul de mai jos pentru a vă ajuta să identificați părțile interesate (s-ar putea nevoie de mai multe pagini)

Părți interesate	Interes în problema	Capacitate și motivație	Poziție	Influență	Posibile strategii de a se angaja

Potențialele părți interesate

- Managerii și personalul programului
- Coalițiile interesați de problema
- Partenerii locali și internaționali de advocacy
- Agenții de finanțare, cum ar fi alte guverne și organizații internaționale
- Ministerul Sănătății
- Agenții de educație, școli și profesori
- Universitățile și instituțiile de învățământ
- Orașul, autoritățile locale/ regional

- Companiile private și asociațiile de afaceri
- Sistemele de sănătate și comunitatea medicală
- Organizațiile religioase
- Organizațiile comunitare
- Persoanele fizice
- Reprezentanți ai comunităților afectate de problemă în mod disproporționat

3. Dezvoltarea scopurilor și obiectivelor de advocacy

Obiectivele ar trebui să fie SMART (specifice, măsurabile, realizabile, realiste, în timp util). Așa cum vezi obiectivul tău, verifică-l în raport cu criteriile SMART (puteți începe cu cele mici). Ce înseamnă?

Scopul proiectului de advocacy:

Obiectiv / Activitate proiect # 1:

Obiectiv / Activitate proiect # 2:

Obiectiv / Activitate proiect # 3:

Completați tabelul de mai jos și apoi a se vedea dacă e nevoie să revizuiți obiectivul:

SMART	Obiectivul de advocacy 1	Obiectivul de advocacy 2	Obiectivul de advocacy 3
Specific -			

Specificați ce dorești să realizezi			
Măsurabile - Puteți măsura dacă obiectivul tău răspunde sau nu			
Realizabil - Obiectivele stabilite pot fi atinse și sunt realizabile?			
Realist – Obiectivele pot fi atinse în mod real cu resursele pe care le ai?			
Timp - Când vrei pentru a atinge obiectivele			
Obiectivul de advocacy revizuit:			
Obiectiv / activitate revizuit(ă) # 1:			

Obiectiv / activitate revizuit(ă) # 2:
Obiectiv / activitate revizuit(ă) # 3:

4. Formularea mesajului

Înainte de a începe să te apropii de părțile interesate, va trebui să creezi un mesaj pentru activitatea sau programul tău. Folosiți întrebările de mai jos pentru a vă ajuta în formularea mesajului. Rețineți că poate fi necesar pentru a adapta mesajul tău la diferite tipuri de părți interesate (susținători vs clevetitori)

Conceperea mesajul	
Descrierea problemei	
Amploarea problemei	
Impactul negativ al problemei asupra populației și a părților interesate	

Ce pot face părțile interesate pentru a aborda problema?	
--	--

În formularea mesajul trebuie să te gândești, de asemenea, cu privire la tonul acestuia. Ești interesat de un apel emoțional sau rațional? Vrei să fie pozitiv sau negativ? Când formulezi mesajul amintește-ți să te gândești la publicul tău.

Mesajul:

Acum, că ai mesajul este timpul să ne gândim la modul în care transmitem mesajul. Există mai multe modalități de transmite mesajul tău și este posibil să dorești să utilizezi mai multe abordari. Unele metode includ:

- Comunicat de presă / conferințe de presă
- Fișe / informații generale
- Scrisori către ziare (editorial, scrisori către redactor,-op eds)
- Evenimente publice
- Purtator de cuvânt cu multă vizibilitate / apărător

5. Elaborarea planului de acțiune

Acum, că ai identificat și evaluat părțile interesate, ai definit obiectivul și ai formulat mesajul, este timpul pentru a avea un plan. Folosiți foaia de lucru de mai jos care te ajută la dezvoltarea unui plan de 3 activități / obiective și asigură-te că ai acoperit elementele de bază.

Activitate / Obiectiv	Interval de timp	Director de activitate	Parteneri	Bugetul / Sursa	Rezultate așteptate

6. Monitorizare și evaluare

Monitorizarea și evaluarea activităților cu privire la atingerea sau nu a obiectivelor este esențială pentru păstrarea activității pe drumul cel bun și să știi atunci când ai nevoie să faci modificări sau să cauți pentru ariile care trebuie îmbunătățite. Utilizează tabelul de mai jos ca să te gândești la planul de monitorizare și evaluare a activităților:

Activitate / Obiectiv	indicatori	Informații de bază	Obiectivul	Mijloace de verificare

V. CULTIVARE DONATORILOR

Dacă detrulezi sau te gândești să începi o activitate sau un proiect care necesită finanțare, este important să iei în considerare atât o bază de finanțare diversificată cât și cultivare a donatorilor. Este posibil ca să nu existe o cultură de donație privată pentru cauzele publice în zona unde trăiești, dar asta nu înseamnă că nu se poate face o încercare. Mai jos sunt câteva sfaturi pentru a dezvolta un plan pentru a atrage și cultiva donatori pentru cauza ta. Amintește-ți, nu te uita niciodată că valoarea donației este mică, poți face multă conștientizare, poți capta interesul și poți obține fonduri din numeroasele contribuții mici. Trebuie să ai întotdeauna un plan:

- 1) Donator coordonator / persoană - chiar dacă organizația dumneavoastră nu are o persoană dedicată pentru strângere de fonduri sau manager de donatori, ar trebui să identificați o persoană pentru eforturile de coordonare și de cultivare a donatorilor.
- 2) Monitorizarea donatorilor – coordonatorul de donatori ar trebui să fie responsabil pentru monitorizarea donatorilor și menținerea lor informați cu privire la modificări sau evenimente viitoare. Stabilirea unei baze de date (chiar dacă este într-un simplu Excel) cu donatorii tăi este vitală.
- 3) Evenimentele sunt oportunități cheie de cultivare donatorilor - nu-i lăsa să se risipească. Aceasta înseamnă că trebuie să fii strategic și pregătit pentru eveniment și monitorizare. Dacă organizația ta are un

consiliu, asigură-te că membrii consiliului de coordonare sunt informați și au în minte cultivarea donatorilor. Coordonatorul de donatori ar trebui să informeze donatorii și să știe ce donatori vor participa. Unii donatori ar putea fi interesați în a fi sponsori ai evenimentului, așa că este să îi ții informați despre oportunitățile viitoare.

4) Oportunități educaționale - asigurați-vă că oamenii care participa la evenimentele tale pleacă cu mai multe informații decât au venit.

5) Monitorizarea - este esențială contactarea prompt donatorii (în termen de o săptămână), după un eveniment sau să-ți exprimi recunoștința. Pentru menținerea lor implicați și senzație de apreciere, este esențial să-i informezi periodic pentru a le face cunoscut modul în care proiectul sau activitatea progresează, fie printr-un buletin informativ sau actualizări neoficiale.

6) Așteptă neprevăzutul - nu știi niciodată cine ar putea deveni un nou donator sau ce beneficii ar putea veni pe viitor dintr-o întâlnire neprevăzută, întâlnire sau apariție în presă. Ține evidența de aparițiilor în presă și a persoanelor care exprimă interesul în activitatea ta (chiar dacă acestea nu ajută financiar). Amintește-ți că acestea pot fi cu ochii pe tine pentru a vedea dacă activitatea ta este fiabilă și este cauză pentru care merită să dea.

VI. SFATURI

Advocacy-ul necesită practică. De multe ori vi se ceri cuiva să încerce ceva nou sau să schimbe un comportament - schimbare se realizare cu determinare, direcție, motivație și speranță. În timp ce foile de lucru te pot ajuta să te gândești la acest proces, aici sunt câteva sfaturi de la Sănătate Chip și Dan* pentru a face să se întâmple schimbările:

- 1) Păstrați-l simplu: gândiți-vă la miezul mesajului, ceea ce ești cu privire la aceasta?
- 2) Caută "petele luminoase" și de află de ce au succes
- 3) Concentrează-te pe soluție, nu pe problemă
- 4) Identifică o destinație / obiectiv
- 5) Dă drumul la sentimente, mândrie și emoție
- 6) Gândiți-vă la comportamente specifice - să fie din beton
- 7) Nu ezita în schimbare – Pastrează-l simplu și mergi pas-cu-pas spre obiectivul tău.
- 8) Caută succesul pe termen scurt pentru a păstra oameni motivați
- 9) Cum vei ști că ai succes?
- 10) Practică
- 11) Utilizează povești pentru a inspira și motiva
- 12) Cultiva un sentiment de identitate și schimbări pozitive
- 13) Identifică susținători

VII. RESURSE

Women's Empowerment Cancer Advocacy Network/Rețeaua de Advocacy în Cancer pentru abilitarea femeilor

<http://www.womenscanceradvocacy.net/en.html>

National Cancer Institute Center for Global Health/ Institutul National de Cancer Center pentru Sănătatea Globală <http://www.cancer.gov/aboutnci/organization/global-health>

Cancer Prevention Fellowship Program/_Program de Fellowship pentru Prevenirea Cancerului <https://cpfp.cancer.gov/summer/summer.php>

American Cancer Society/ Societatea Americană de Cancer

<http://www.cancer.org/Cancer/BreastCancer/DetailedGuide/breast-cancer-risk-factors>

Cancer Action Network /Rețeaua pentru acțiune în cancer

<http://acscan.org/volunteer>

Centers for Disease Control/ Centrele pentru controlul bolilor

Breast Cancer/ Cancer de sân http://www.cdc.gov/cancer/breast/basic_info/risk_factors.htm

Cervical Cancer / Cancer de col uterin http://www.cdc.gov/cancer/cervical/basic_info/index.htm

Centers for Disease Control Introduction to Program Evaluation for Public Health Programs
Centerele for Controlul Bolilor Introducere în Programul de Evaluare pentru programele de sănătate publică

<http://www.cdc.gov/getsmart/program-planner/Step1.pdf>

Union for International Cancer Control (UICC) /Uniunea Internațională pentru Controlul Cancerului

<http://www.uicc.org/>

International Cancer Control Partnership/ Parteneriatul internațional de control al cancerului

<http://www.iccp-portal.org/>

PATH

<http://www.path.org/>

RHO Cervical Cancer Website <http://www.rho.org/>

Heath Brothers

<http://heathbrothers.com/>

Created by: Allison Dvaladze (dvaladze@uw.edu)

Director, Global Strategy, Partnerships and Advocacy

WE CAN

Seattle Cancer Care Alliance, University of Washington

Box 358081

825 Eastlake Ave. East

Seattle, WA 98109

wecan@uw.edu

<http://www.womenscanceradvocacy.net>

Twitter: wecan_Seattle

Facebook: Women's Empowerment Cancer Advocacy Network (WE CAN)

VIII. Anexa 1: Exemplu Op-Ed

Exemplu Op-Ed

Georgia poate face mai bine prin mamele sale

Autor: Allison Dvaladze [Exemplu Proiect]

Femeile sunt susținătoarele familiei în 39% din familiile din Georgia, în comparație cu bărbații în 36%, iar ambii în 20% din familii. În prezent, prea mulți din acești piloni ai stabilității economice suferă și mor de cancer de sân, principala cauza de mortalitate și morbiditate în rândul femeilor din Georgia și numărul unu cauza de deces în rândul femeilor de vârstă reproductivă (15 - 49).

Ratele de incidență în Georgia sunt mai mari decât media din Europa de Est, precum și toate ratele mortalității de vârstă depășesc pe cele ale oricărei alte țări ex-sovietice. În prezent, rata de supraviețuire la 5 ani a femeilor diagnosticate cu cancer de sân este sub 18%. Această pierdere inutilă de mame, soții, surori și fiice ale Georgiei are un efect de val în pierderea economică și socială în întreaga societate georgiană care nu pot fi ignorate și nu ar trebui să treacă neobservate de către comunitatea de afaceri Georgiei. Lupta împotriva cancerului de sân este și o luptă împotriva reducerii sărăciei, ca urmare a pierderii femeii în Georgia poate duce o familie la sărăcie.

Organizațiile locale non-profit, Centrul Național de screening, consiliul municipal Tbilisi, Prima Doamna Sandra Roelofs și donatorii internaționali trebuie să fie apreciați pentru munca lor în inițierea un program de screening și creșterea gradului de conștientizare; Cu toate acestea, depistarea precoce singure nu pot stăvilă această pierdere. Este timpul pentru mediul de afaceri georgian să recunoască că este și în interesul său să se alăture luptei împotriva cancerului de sân într-o manieră semnificativ, strategică și sistematică și care va salva vieți și va contribui la obiectivul pe termen lung de reducere a mortalității în cancerul de sân în Georgia.

Tratamentul nu este accesibil pentru prea multe femei. Furnizorii de asigurări private refuză să majoritatea tratamentelor în afara chirurgie, astfel încât chiar și femeile norocoase diagnosticate precoce să se afle printre cei 30% dintre georgieni cu asigurări private, de multe ori nu își pot permite chimioterapie sau radioterapia necesară. Acest lucru lasă majoritatea femeilor, fără acces la tratament, care scade stimulente pentru screening și perpetuează un ciclu de diagnosticare în stadiu avansat care necesită tratament mai scump cu rezultate slabe. Acest ciclu este sprijinită în continuare de concepția greșită că un cancer de sân este o condamnare la moarte. În plus, acele femei care nu sunt supuse unei intervenții chirurgicale, sunt din nou în întuneric atunci când vine vorba de recuperare și de multe ori suferă un limfedem apărut din cauza lipsei de informare, lipsa de îngrijirii paliative și comunicarea insuficientă de pacient-furnizor.

În 2007 într-un sondaj de opinie privind percepția publică cu privire la responsabilitatea socială corporatistă, respondenții au numit-o "abordarea nevoilor grupurilor vulnerabile din punct de vedere

economic" și "sprijinirea îmbunătățirii în sectorul de sănătate" ca domenii prioritare ale practicilor de afaceri responsabile din Georgia. Deoarece mediul de afaceri din Georgia ia în considerare numai propriile lor strategii de responsabilitate corporativă, ei nu ar trebui să ignore percepțiile și prioritățile angajaților și consumatorilor lor. Din acțiunile în lupta împotriva cancerului de sân vor beneficia femeile georgiene și acest lucru este în interesul mediului de afaceri georgian. Acesta nu este un apel pentru donații simbolice, ci pentru un angajament pentru realizarea unui parteneriat public-privat pentru a salva vieți și familii.

În timp ce provocarea poate părea prea mare, nevoile specifice pot și trebuie să fie abordate de către comunitatea de afaceri a Georgiei. Deoarece noi spitale și facilități de îngrijire sunt construite, ar trebui să fie integrate în secțiile de tratarea a cancerului și centrele de suport și wellness în cancer care să ofere sprijin, informații și un mediu de îngrijire. În plus față de finanțarea centre de wellness fizic, este nevoie de formare pentru personal și consilieri pentru a îndruma femeile și pentru a scădea morbiditatea și efectele secundare care nu sunt necesare, cum ar fi limfedem. Un fond pentru sprijinirea accesului la tratament pentru populațiile vulnerabile va salva vieți, pentru că vor suporta transportul și cazarea în timpul tratamentului. Finanțarea pentru grupurile de sprijin sunt cheia pentru că reunesc femeile care trăiesc cu cancer de sân, dar fără resurse aceste grupuri nu sunt în măsură să ofere programe care să salveze vieți și să scadă morbiditatea. Sprijinirea acestor grupuri pentru a construi abilități care să avanseze eforturile lor de advocacy va lăsa un impact de durată.

Pierderea prematură a mamelor Georgiei ar trebui să fie un motiv de îngrijorare pentru toți. Georgia poate face mai bine. O mai bună dezvoltare a inițiativei de responsabilitate corporativă va avea un impact mai semnificativ și va produce rezultate mai durabile decât donațiile sporadice către diferite organizații. Organizațiile non-profit, cum ar fi HERA în Kutaisi și organizații implicate în sprijinirea femeilor cu cancer de sân, cum ar fi femeii Winner Club, Centrul Național de Screening, UNFPA, Ambasada Poloniei, USAID și altele au fost implicate în aceste eforturi de mai mulți ani și sunt excelente resurse pentru instrumentare opțiunilor pentru construirea de parteneriate public-privat. Rețeaua Pactului Global în Georgia este o altă resursă valoroasă pentru avansarea de inițiative responsabile. Este necesar un efort unificat în lupta împotriva cancerului de sân, pentru a permite mai multor femei să sărbătorească o viață fără cancer, pentru a ridica generațiile viitoare, să susțină creșterea economică a Georgiei și să contribuie la prosperitatea țării.