

'Mientras tanto...': cuando el cáncer irrumpe, la vida sigue y necesita ser cuidada

NOTA DE PRENSA

Pacientes protagonizan la nueva campaña de la Asociación Española Contra el Cáncer para humanizar la atención oncológica

- En España hay un diagnóstico de cáncer cada 2 minutos y se calcula que para el 2030 habrá más de 317.000 casos nuevos. Se estima que 1 de cada 2 hombres y 1 de cada 3 mujeres tendrá cáncer a lo largo de su vida.
- El cáncer no es solo una enfermedad desde el punto de vista clínico, sino un proceso prolongado que impacta en todas las dimensiones de la vida: personal, familiar, social y laboral.
- Desde esta perspectiva, la Asociación ha impulsado un modelo de humanización que sitúa a la persona con cáncer como protagonista de una transformación más profunda de la atención a los pacientes y sus familiares.
- La nueva campaña de marketing 'Mientras tanto...' está protagonizada por pacientes con cáncer que muestran cómo es su día a día familiar, laboral o personal mientras siguen pendientes de su diagnóstico o tratamiento.
- Además, la Asociación lanza su nuevo posicionamiento de marca para posicionarse como entidad de referencia para disminuir el impacto del cáncer en la vida de las personas e impulsar un modelo de atención integral enfocado en la humanización: La Asociación de Todos Contra el Cáncer.

Madrid, 26 de junio de 2026.- El cáncer es el problema sociosanitario más importante del mundo. Se estima que 1 de cada 2 hombres y 1 de cada 3 mujeres tendrá cáncer a lo largo de su vida. En España hay un diagnóstico de cáncer cada 2 minutos y se calcula que para el 2030 habrá más de 317.000 casos nuevos.

Teniendo en cuenta los datos de incidencia y la dimensión de la enfermedad, el cáncer se ha convertido en uno de los principales desafíos sociales y sanitarios en España. Además de sus consecuencias clínicas, afecta profundamente en la vida de los pacientes y familiares.

Humanizar la atención oncológica, prioridad para La Asociación

Cuando se habla de humanizar la atención oncológica no se refiere únicamente a situar a la persona en el centro, como un concepto aislado y único. El concepto de humanización va más allá. Se trata de cómo organizar la atención en su conjunto, desde los procesos y tiempos hasta los espacios y circuitos asistenciales. **Humanizar significa que el sistema se adapte a la vivencia de la enfermedad y no al revés, incorporando la escucha activa del paciente como elemento clave en la calidad de la atención.**

En oncología, esta mirada resulta especialmente relevante. **El cáncer no es solo una enfermedad desde el punto de vista clínico, sino un proceso prolongado que impacta en todas las dimensiones de la vida:** personal, familiar, social y laboral. Desde esta perspectiva, la Asociación ha impulsado un modelo que sitúa a la persona con cáncer como protagonista de una transformación más profunda de la atención oncológica.

La Asociación ha elaborado un modelo de humanización basado en evidencia científica, pero, sobre todo, **en la escucha activa de pacientes, familiares y profesionales.** Este trabajo ha permitido identificar a lo largo del tiempo que la experiencia del paciente no se define únicamente en momentos críticos como el diagnóstico o el tratamiento, sino también en aspectos que condicionan cómo se vive la enfermedad: Claridad de la información, posibilidad de participar en las decisiones o coordinación entre los recursos.

Tras la escucha activa de pacientes, La Asociación ha concretado cuatro grandes ejes de actuación en cuanto al modelo de humanización:

1. **Abordar el tratamiento de la persona con cáncer de una manera holística como eje asistencial.**
2. **Reforzar la autonomía de las personas afectadas y consolidar un modelo de gobernanza participativo.**
3. **Promover espacios humanizados y accesibles desde un punto de vista físico, comunicativo y procedimental.**
4. **Impulsar el bienestar y la formación del personal sociosanitario en aspectos como la comunicación médico-paciente y la escucha activa.**

"De este modo, la Asociación no solo visibiliza la necesidad de humanizar la atención oncológica, sino que lidera un cambio de modelo que busca transformar el sistema desde dentro. Un enfoque que reconoce que cómo se cuida influye directamente en cómo se vive la enfermedad y que sitúa la escucha activa de las personas como eje vertebrador de la atención" afirma **Nuria Masana, directora corporativa de Asuntos Públicos, Comunicación, Marketing y Paciente con Voz de la Asociación.**

'Mientras tanto...' la vida sigue

Con todo ello y bajo este enfoque de humanización, la Asociación ha lanzado su nueva campaña que lleva como título **'Mientras tanto...'**, una campaña protagonizada por

pacientes con cáncer que muestran cómo es su día a día familiar, laboral o personal mientras siguen pendientes del diagnóstico o tratamiento.

Los vídeos del proyecto muestran la vida cotidiana de personas que acaban de recibir un diagnóstico de cáncer o se encuentran en pleno tratamiento como por ejemplo las historias de **Juan, Natalia o Judith** y es que, mientras la vida pasa, Juan, entre pruebas y resultados, pasa tiempo con tiempo con su mujer, sus nietos y se encuentra escribiendo un libro, o Natalia que en plena quimio decide casarse o la historia de Judith que tiene que recorrer 200 kilómetros para recibir su tratamiento.

"Cuando hablamos de cáncer el foco suele estar en los grandes hitos: el diagnóstico, las pruebas, los resultados, el tratamiento... Momentos clave, concretos. Pero mientras tanto, la vida sigue. Porque sin duda, de repente y sin pedir permiso, la enfermedad da vuelta a nuestras prioridades, pero mientras tanto... la vida", ha detallado **Darién Pinuaga, directora de marketing** de la Asociación durante la presentación de la nueva campaña de marketing, que ya está disponible en medios de comunicación y redes sociales.

Nuevo posicionamiento de marca de la Asociación

La Asociación Española contra el Cáncer ha aprovechado esta campaña para poner en marcha un **nuevo posicionamiento de marca**, con el objetivo de responder a la magnitud del problema y reforzar su papel como entidad de referencia nacional para disminuir el impacto del cáncer en la vida de las personas. Este nuevo posicionamiento de marca queda reflejado en el lema: **La Asociación de Todos Contra el Cáncer**, con el objetivo de integrar a investigadores, profesionales, sanitarios, voluntarios, pacientes, familias... a todos.

"El nuevo posicionamiento de marca define el lugar que la Asociación ocupa en a nivel nacional, por su magnitud, trayectoria y capacidad de acción. Además, integra y moviliza porque el cáncer es una enfermedad que afecta a todos y requiere de acción de todos: pacientes, familiares, profesionales, sanitarios, investigadores, empresas, etc. Solo desde un lado no se puede transformar la realidad del cáncer.", ha subrayado **Isabel Orbe, directora general de la Asociación Española Contra el Cáncer y su Fundación**.

La Asociación con este posicionamiento quiere ser una entidad que además de aliviar y evitar, en la medida de lo posible, el sufrimiento de las personas con cáncer se sitúe como **una entidad que genera impacto a través de la investigación y de la prevención del cáncer, así como, mejorar la calidad de las personas con cáncer y su entorno**. Todo ello a través de una perspectiva equitativa, humanizadora e integral. Se trata, en definitiva, de liderar el esfuerzo de la sociedad española para disminuir el impacto del cáncer.

Servicios gratuitos y disponibles en todo el territorio

La Asociación ofrece servicios gratuitos de atención psicológica y acompañamiento a pacientes y familiares que así lo necesiten. También da respuesta en otros ámbitos como nutrición, laboral, deporte o fisioterapia.

A través del teléfono gratuito de Infocáncer, el 900 100 036, la Asociación atiende a todas las personas afectadas por la enfermedad durante las 24 horas del día los 365 días del año.

Sobre la Asociación Española Contra el Cáncer

La **Asociación Española Contra el Cáncer** es la entidad de referencia en la lucha contra el cáncer desde hace más de 70 años. El cáncer no solo afecta a quien lo padece, sino que impacta en su familia, su entorno y en toda la sociedad. Afrontarlo exige una respuesta colectiva basada en el compromiso, la acción sostenida y la investigación centrada en las personas. Dedicamos nuestros esfuerzos a mostrar la realidad del cáncer en España, detectar áreas de mejora y poner en marcha un proceso de transformación social que permita corregirlas.

En su ADN está estar al lado de las personas por lo que su trabajo también se orienta a ayudarlas a [prevenir](#) el cáncer; estar con ellas y sus familias durante todo el proceso de la [enfermedad](#), si se lo diagnostican; y mejorar su futuro con el impulso a la investigación oncológica. En este sentido, a través de su Fundación Científica, la [Asociación](#) aglutina la demanda social de [investigación contra el cáncer](#), financiando por concurso público programas de investigación científica oncológica de calidad. La Asociación impulsa la mayor red de investigación en cáncer en España con más de 3.000 investigadores, distribuidos en 160 centros de investigación en 38 provincias. Hoy en día, es la entidad social y privada que más fondos destina a investigar el cáncer: 157 millones de euros en 792 proyectos.

La Asociación integra a pacientes, familiares, personas voluntarias y profesionales que trabajan unidos para prevenir, sensibilizar, acompañar a las personas afectadas y financiar proyectos de investigación oncológica que permitirán un mejor diagnóstico y tratamiento del cáncer.

Estructurada en 52 Sedes Provinciales, y presente en más de 2.000 localidades españolas, cuenta con más de 35.000 personas voluntarias, más de 728.000 socios y 1.261 profesionales.

Durante el 2025, la Asociación Española Contra el Cáncer ha atendido más de 88.000 personas con sus servicios de atención profesionalizada.

Para más información:

Esther Díez

Responsable de Comunicación Externa

esther.diez@contraelcancer.es

Tel: 900 100 036

Móvil: 667 11 36 16

Twitter @ _Esther_Diez

Carolina Cobos

Técnica de Comunicación

carolina.cobos@contraelcancer.es

Móvil: 651 04 38 68

Belén Sasiambarrena

Agencia de Comunicación

bsc@lasker.es

Móvil: 650 59 05 62

Ana Rodríguez

Agencia de Comunicación

ars@lasker.es

Móvil: 690 390 616

Sara Fernández

Agencia de Comunicación

sfo@lasker.com

Móvil: 649 83 66 42