



Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID-19. The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect, the company's public news and information website.

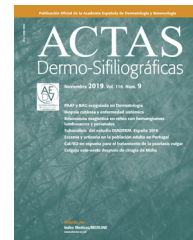
Elsevier hereby grants permission to make all its COVID-19-related research that is available on the COVID-19 resource centre - including this research content - immediately available in PubMed Central and other publicly funded repositories, such as the WHO COVID database with rights for unrestricted research re-use and analyses in any form or by any means with acknowledgement of the original source. These permissions are granted for free by Elsevier for as long as the COVID-19 resource centre remains active.



ACADEMIA ESPAÑOLA
DE DERMATOLOGÍA
Y VENEREOLÓGIA

ACTAS Dermo-Sifiliográficas

Full English text available at
www.actasdermo.org



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Cuentos Lunares: poemas y microrrelatos que salvan vidas. Euromelanoma durante la pandemia COVID-19

Cuentos Lunares: Poems and Flash Fiction That Save Lives — A Euromelanoma Project During the COVID-19 Pandemic

A. Flórez Menéndez^{a,b,*}, E. Nagore^c y A. Buendía Eisman^d,
en representación del Grupo Español Euromelanoma 2020,
Fundación Piel Sana, Academia Española de Dermatología y Venereología[◇]

^a Servicio de Dermatología, Complejo Hospitalario Universitario de Pontevedra, Pontevedra, España

^b Grupo de Investigación DIPO, Instituto de Investigación Sanitaria Galicia Sur (IIS Galicia Sur), SERGAS-UVIGO, Vigo, Pontevedra, España

^c Servicio de Dermatología, Instituto Valenciano de Oncología, Valencia, España

^d Área de Dermatología, Departamento de Medicina, Facultad de Medicina, Universidad de Granada, Granada, España

Euromelanoma es un programa de prevención del cáncer cutáneo. Se trata de una iniciativa paneuropea surgida en Bélgica en 1999 con el objetivo de concienciar a la sociedad sobre la importancia del cuidado de la piel para prevenir la aparición de un cáncer, así como para proporcionar información sobre su diagnóstico precoz y su tratamiento^{1,2}. España comenzó a participar en Euromelanoma por medio de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV) en el año 2000¹.

Tradicionalmente el cumplimiento de los objetivos propuestos se ha alcanzado mediante la realización de jornadas de revisión de la piel previa cita y actividades tanto divulgativas como formativas presenciales dirigidas a colectivos diversos, tales como del ámbito deportivo, escolar o del sector sanitario^{1,3}. La comunicación de la campaña habi-

tualmente se ha llevado a cabo mediante la divulgación de materiales impresos, folletos y pósteres, la realización de vídeos educativos específicos, exposiciones de fotografías y la presencia en los medios de comunicación convencionales, esencialmente la prensa escrita, la radio y la televisión^{3,4}.

En marzo del 2020, en el escenario de la pandemia por la COVID-19, y siguiendo las directrices europeas de la campaña, el equipo Euromelanoma de la Fundación Piel Sana-AEDV se planteó la necesidad de realizar una campaña diferente dada la imposibilidad de ofertar exploraciones cutáneas presenciales masivas y de realizar las actividades formativas convencionales. En este contexto, y con la intención de implementar las medidas preventivas, fundamentalmente en relación con los efectos peligrosos de la exposición ultravioleta y el diagnóstico temprano³, se lanzó la iniciativa «Cuentos Lunares: poemas y microrrelatos que salvan vidas».

«Cuentos Lunares» fue un concurso literario virtual que incluyó la creación de un sitio web específico y una campaña de difusión de contenidos en las redes sociales. Se trató de un proyecto transversal y colaborativo dentro del entorno digital que abarcó diferentes canales y medios.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: angeles.florez.menendez@sergas.es

(A. Flórez Menéndez).

◇ En el Anexo se relacionan todos los miembros del Grupo Español Euromelanoma 2020, Fundación Piel Sana, Academia Española de Dermatología y Venereología.



El sitio web <www.cuentoslunares.es> tenía los siguientes objetivos: ser una de las herramientas a través de la cual participar en el concurso (sección participa), ofrecer una información fidedigna sobre el cáncer de piel y los hábitos saludables (sección protégete) y dar visibilidad a la campaña Euromelanoma (sección campaña).

El objetivo del certamen literario fue dar a conocer la iniciativa y los mensajes de prevención, así como generar contenidos creativos vinculados a la piel en formato de microrrelatos o poemas. A través de micro-*influencers* y de las redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter) se pidió a la población, dermatólogos y colaboradores que se inspiraran en una fotografía y escribieran un verso o una microhistoria, siempre con un tema común: la observación de lunares. @cuentoslunares, perfil de la acción en Instagram, fue utilizado como repositorio de los microrrelatos recibidos y como canal de comunicación con colaboradores y seguidores. El concurso fue activado a través de Twitter dentro del perfil de J.J. Muñoz Rengel, escritor de reconocido prestigio e influenciador literario. Paralelamente, se crearon dossieres con entradas y contenidos gráficos, dirigidos tanto a los dermatólogos como a las marcas colaboradoras y patrocinadoras, con el objetivo de que pudieran sumarse a la comunicación en sus perfiles y redes sociales amplificando exponencialmente la difusión de la mecánica del concurso y los mensajes de prevención primaria y secundaria. Un jurado compuesto por escritores y dermatólogos (Aurora Guerra, Margarita Arroyo, Xavier Sierra, J.J. Muñoz Rengel y Sergio del Molino) seleccionó las mejores composiciones de entre todas las participantes, que pasaron a formar parte de un libro.

Se recibieron 1.800 microrrelatos a través de los diferentes medios. Entre ellos, 50 fueron seleccionados por el jurado como los mejores, y con ellos se ha confeccionado el libro *Cuentos Lunares*, actualmente en proceso de comercialización y disponible en la página web de la Fundación Piel Sana⁵. Este libro también contiene mensajes relativos a la prevención primaria y secundaria del cáncer de piel. Se publicó más de 2.500 veces información que contenía cualquiera de los *hashtags* de la campaña #CuentosLunares y #Euromelanoma2020, generando más de 1.200 conversaciones en torno al proyecto. En general, la información sobre la iniciativa «Cuentos Lunares» estuvo presente al menos una vez delante de 4,2 millones de personas y 7,8 millones de veces en las pantallas de los usuarios.

En cuanto a las limitaciones, cabe destacar que el 75% de los participantes tenían entre 25 y 44 años, el 20% entre 45 y 54 años y solamente el 5% entre 55 y 64 años.

Consideramos que Euromelanoma 2020 fue un éxito, ya que permitió activar a la audiencia y conseguir una participación muy superior a la de anteriores ediciones, incluyendo celebridades, a través de un proyecto literario sin precedentes en campañas de sensibilización en España.

La crisis sanitaria provocada por la pandemia COVID-19 ha modificado el ejercicio de la dermatología. Los cambios en las vías de acceso de los pacientes y la disminución de la actividad médica y quirúrgica, cambios de duración incierta, pueden provocar un impacto negativo en la morbi-mortalidad del melanoma, así como en los costes derivados de su atención⁶. Explorando esta hipótesis, Ricci et al.⁷ realizaron un estudio transversal que recogió todos los melanomas malignos (MM) primarios consecutivos del Registro de

Patología del Istituto Dermopatico dell'Immacolata è Istituto di Ricovero e Cura a Carattere (IDI-IRCCS), un centro de referencia dermatológico en Roma, Italia, durante tres fases de la pandemia: fase 1, previa al cierre, del 1 de enero al 9 de marzo de 2020; fase 2, cierre, del 10 de marzo al 3 de mayo de 2020; fase 3, posterior al cierre, desde el 4 de mayo hasta el 6 de junio de 2020. Durante los 158 días del estudio se diagnosticaron 237 MM. El índice de Breslow medio fue de 0,88 mm (IC 95%: 0,50-1,26) en la fase previa al cierre y de 1,96 mm (IC 95%: 1,16-2,76) en la fase post cierre. Si bien otros trabajos deberán arrojar luz sobre si se trata de un fenómeno aislado o no, los resultados apoyan la hipótesis del estudio según la cual los cambios estructurales provocados por la COVID-19 han retrasado el diagnóstico y el tratamiento del MM. En este contexto, los esfuerzos para promocionar la autoexploración y la formación en los signos de alarma deben ser máximos⁶. La utilidad de las campañas de sensibilización y su capacidad para educar a la población sobre los factores de riesgo de cáncer de piel y la detección de lesiones sospechosas han sido documentadas con anterioridad a la pandemia COVID-19⁸. Pero ¿cómo hacerlo de forma eficaz y segura en el nuevo escenario? Villani et al.⁹ plantean la necesidad de que dermatólogos y organizaciones de salud pública proporcionen soluciones prácticas y efectivas para crear un modelo diferente de campaña que garantice condiciones seguras para los pacientes y profesionales manteniendo sus objetivos. Estos autores proponen que los pilares del nuevo modelo a través de los cuales se envíen los mensajes sean los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y TV), las redes sociales y páginas web, así como las aplicaciones móviles⁸. Las posibilidades de la inteligencia artificial en el campo del cáncer cutáneo son múltiples y van mucho más allá de la difusión de contenidos. Las aplicaciones móviles permiten monitorizar en vivo la exposición a la radiación ultravioleta¹⁰ o servir de ayuda para la autoexploración corporal¹¹. En este sentido, Euromelanoma España ha sido muy activo durante las diferentes etapas de la pandemia, promocionando el uso de herramientas digitales de apoyo a la autoexploración durante el confinamiento (www.ederma.es)¹¹, así como advirtiendo a través de la prensa, la radio y la televisión sobre el riesgo de las exposiciones solares agudas en los periodos de desescalada, y ofreciendo la aplicación UV-DERMA: Fotoprotección en tu Smartphone.

Los nuevos modelos presentan como ventajas la posibilidad de alcanzar a un porcentaje importante de la población, ya que son capaces de viralizar los contenidos, actualizarlos con rapidez¹⁰ y adaptarlos con menor coste a diferentes perfiles de pacientes y profesionales. Además, permiten que el receptor sea participe del proyecto. Sin embargo, como desventaja, inciden especialmente en los segmentos más jóvenes, que utilizan más las herramientas digitales¹⁰, alcanzando menos a la población de edades medias y avanzadas.

Euromelanoma es ya una campaña consolidada con puntos fuertes claros: altruista, una red de dermatólogos europea con una base de datos estandarizados centralizada y un espíritu colaborativo que permite compartir logística, materiales, experiencias, información y actividades formativas¹⁻⁴. Esta campaña sensibiliza y conciencia a la población y da visibilidad y prestigio a nuestra especialidad. Sus objetivos en 2021 siguen siendo los mismos, pero

el éxito de las campañas futuras dependerá de la capacidad para enfrentarse eficazmente a los nuevos retos: lograr que los mensajes alcancen a la población —y especialmente a la población con factores de riesgo—, mantener la motivación de la comunidad científica y de los medios de comunicación, lograr las inversiones necesarias y resolver los conflictos que amenazan la aceptación de los hábitos de protección solar, entre otros⁸.

Euromelanoma España ha sabido adaptarse con rapidez a este nuevo escenario. Combinando las nuevas herramientas de comunicación con la utilización de una expresión polisémica en español, peculiaridad que le da originalidad y fuerza comunicativa, y con el hecho de que el contacto con la piel y su observación ha sido una inspiración para artistas y escritores durante siglos, se han superado las expectativas de participación.

Finalmente, es crucial poner en valor el trabajo de la Fundación Piel Sana y de todos los dermatólogos que cada año contribuyen, de maneras muy diferentes, al éxito de Euromelanoma en España. Asimismo, no hay que olvidar que no habría sido posible sin los colaboradores, los patrocinadores y los medios de comunicación que le dan soporte y visibilidad.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Anexo. Grupo Español Euromelanoma 2020, Fundación Piel Sana, Academia Española de Dermatología y Venereología

Itziar Arrúe Michelena. Vitoria.
 José Bañuls Roca. Alicante.
 Marta Cantarero Gutiérrez. Palma de Mallorca.
 Javier Domínguez Cruz. Sevilla.
 Jesús Domínguez Silva. Las Palmas de Gran Canaria.
 Reyes Gamó Villegas. Madrid.
 Marta García Bustinduy. Santa Cruz de Tenerife.
 Elena Godoy Gijón. Salamanca.
 Tamara Gracia Cazaña. Zaragoza.
 Carlos Guillén Barona. Valencia.
 Miren Marquina Iñarrairaegui. San Sebastián.
 Rosa M. Martí Laborda. Lleida.
 Adriana Martín Fuentes. Guadalajara.
 José Luis Martínez-Amo Gámez. Almería.
 Ander Mayor Ibarguren. Madrid.
 Cristina Pérez Hortet. Toledo.

Celia Posada García. Vigo.
 Susana Puig Sardá. Barcelona.
 Pedro Redondo Bellón. Pamplona.
 Javier Ruiz Martínez. Murcia.
 Javier Vázquez Doval. Logroño.

Bibliografía

- Moreno Giménez JC. La campaña Euromelanoma. *Actas Dermosifiliogr.* 2017;108:389–91, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ad.2017.03.005>.
- Del Marmol V. La campaña del Euromelanoma. *Actas Dermosifiliogr.* 2016;107:365, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ad.2016.04.003>.
- Stratigos AJ, Forsea AM, van der Leest RJT, de Vries E, Nagore E, Bulliard JL, et al. Euromelanoma: A dermatology-led European campaign against non-melanoma skin cancer and cutaneous melanoma. Past, present and future. *Br J Dermatol.* 2012;167:99–104, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2133.2012.11092.x>.
- Forsea AM, del Marmol V, Euromelanoma Working Group. Impact, challenges and perspectives of Euromelanoma, a pan-European campaign of skin cancer prevention. *J Eur Acad Dermatol Venereol.* 2013;27:1317–9, <http://dx.doi.org/10.1111/jdv.12060>.
- Fundación Piel Sana de la Academia Española de Dermatología y Venereología [consultado 12 Abr 2021]. Disponible en: <http://fundacionpielsana.es>.
- Tejera-Vaquero A, Nagore E. Estimated effect of COVID-19 lockdown on melanoma thickness and prognosis: A rate of growth model. *J Eur Acad Dermatol Venereol.* 2020;34:e351–3, <http://dx.doi.org/10.1111/jdv.16555>.
- Ricci F, Fania L, Paradisi A, di Lella G, Pallota S, Sobrino L, et al. Delayed melanoma diagnosis in the COVID-19 era: Increased Breslow thickness in primary melanomas seen after the COVID-19 lockdown. *J Eur Acad Dermatol Venereol.* 2020;34:e778–9, <http://dx.doi.org/10.1111/jdv.16874>.
- Iannacone MR, Green AC. Towards skin cancer prevention and early detection: evolution of skin cancer awareness campaigns in Australia. *Melanoma Manag.* 2014;1:75–84, <http://dx.doi.org/10.2217/mmt.14.6>.
- Villani A, Fabbrocini G, Costa C, Scalvenzi M. Melanoma screening days during the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic: Strategies to adopt. *Dermatol Ther (Heidelb).* 2020;10:525–7, <http://dx.doi.org/10.1007/s13555-020-00402-x>.
- Hacker E, Horsham C, Vagenas D, Jones L, Lowe J, Janda M. A mobile technology intervention with ultraviolet radiation dosimeters and smartphone apps for skin cancer prevention in young adults: Randomized controlled trial. *JMIR Mhealth Uhealth.* 2018;6:e199, <http://dx.doi.org/10.2196/mhealth.9854>.
- eDerma [consultado 12 Abr 2021]. Disponible en: <https://www.ederma.es/>.