

Johnson&Johnson

Campanha de sensibilização para o cancro da próstata chega ao “Record”, “Men’s Health” e vai despertar os homens com as “Três da Manhã”

“Não Fiques Fora de Jogo” é a ação de sensibilização lançada pela Johnson & Johnson Innovative Medicine, em parceria com APDPróstata e a APU destinada aos homens com mais de 40 anos.

Portugal, 31 de outubro – Todos os esforços são poucos para sensibilizar os homens para o cancro da próstata. Este ano, “Não Fiques Fora de Jogo” é o mote da campanha de sensibilização para esta doença da Johnson & Johnson Innovative Medicine, em parceria com a APDPróstata e a Associação Portuguesa de Urologia. Esta ação de consciencialização para o cancro da próstata vai estar presente nos jornais desportivos, revista de lifestyle e na Rádio.

A saúde do homem continua, de um modo geral a ser negligenciada. Por preconceito, tabu, ou simplesmente receio, o homem não faz visitas periódicas ao médico, nomeadamente após os 50 anos. Em novembro, o mês por excelência de sensibilização para a saúde do homem, a J&J volta a unir-se aos seus parceiros APDPróstata e APU para reforçar esta necessidade de apelar a um maior cuidado por parte dos homens para a sua saúde.

A campanha, que estará disponível durante todo o mês de novembro, visa alertar para a saúde do homem, para que nenhum “fique fora de jogo”, sensibilizando-os para a literacia e apelando para a ida ao médico logo a partir dos 40 anos.

A partir do início do mês de novembro será disponibilizado um tríptico no interior dos jornais O Jogo e revista Men’s Health, com uma previsão de impactar mais de 320 mil pessoas. Aqui encontrarão uma breve descrição sobre a doença, sintomas, contatos úteis.



A campanha vai chegar também à Rádio com o mote “Elas é Que Sabem”, através do programa “Três da Manhã”, onde as animadoras do programa da manhã da Rádio Renascença vão dar munições e argumentos para convencer os homens que fazem parte da sua vida (maridos, namorados, pais ou amigos). Em menos de um minuto, vai ficar a perceber porque “elas é que sabem” os que os homens devem fazer com a sua saúde.

As provocações da manhã serão respondidas da parte da tarde, pelos animadores do “T3”, também na Renascença, vão desfazer os mitos em torno do cancro da próstata. Haverá ainda conteúdos sobre a doença no site da Rádio Renascença.

“Sabemos que ainda é preciso fazer um grande caminho no que concerne ao cuidado da saúde do homem. Para a J&J é fundamental continuar a investir na literacia em saúde, nomeadamente no cancro da próstata.”, afirmou Joao Condeixa, diretor de External Affairs da J&J Innovative Medicine Portugal.

“É muito importante para a APDPróstata aliarmo-nos mais uma vez a esta campanha de sensibilização. O diagnóstico precoce é fundamental e para isso é muito importante que os homens estejam alerta para esta doença”, disse José Graça, vice-presidente da APDPróstata.

Para Miguel Ramos, presidente da Associação Portuguesa de Urologia, o objetivo continua claro: “reforçar a importância de os homens irem ao médico, mesmo sem qualquer tipo de sintomatologia. É importante quebrar tabus e preconceito e começarem a cuidar da sua saúde”.

Além dos meios de comunicação social, a campanha decorrerá também nas redes sociais das duas associações, sendo ativada também no LinkedIn das Johnson & Johnson Innovative Medicine.

Mais informações em <https://www.janssencomigo.pt/pt-pt/cancro/cancro-prostata>

Media contact:
Ana Torres Pereira
Communications Manager
Atorr144@its.jnj.com
+351938268484



Sobre a Johnson & Johnson

Na Johnson & Johnson, acreditamos que a saúde é tudo. A nossa força na inovação em saúde capacita-nos a construir um mundo onde doenças complexas são prevenidas, tratadas e curadas, onde os tratamentos são mais inteligentes e menos invasivos, e as soluções são pessoais. Através da nossa expertise em Medicina Inovadora e MedTech, estamos posicionados de forma única para inovar em todo o espectro de soluções de saúde hoje, entregando as descobertas do amanhã e impactando profundamente a saúde da humanidade. Saiba mais em <https://www.jnj.com/>." CP-484434