



***La clave es la prevención***

## ***Invitan a dejarse el bigote contra el cáncer de próstata***

***Es en el marco de la campaña “Noviembre azul y con bigotes”, que impulsa Fundación Uroclínica con el fin de concientizar sobre la importancia de la detección precoz como la manera más eficaz para reducir la incidencia de la enfermedad.***

Durante noviembre, todo Mendoza lucirá de azul y con bigotes como símbolo de la lucha contra el cáncer de próstata. Una enfermedad que afecta al 30% de los hombres de más de 50 años, al 40% de los mayores de 60 y hasta el 50% de los que tienen más de 70 años.

*NOVIEMBRE AZUL & CON BIGOTES* es una acción comunicacional y de índole médica que tiene como principal objetivo concientizar a la población –en especial a los varones– sobre la importancia de los controles anuales como el medio más eficiente para la detección precoz de los problemas prostáticos.

En sintonía con las acciones que se desarrollan a nivel mundial, la intención de esta campaña masiva es instalar en la sociedad la idea de que el cáncer de próstata se puede prevenir o detener, si se lo detecta tempranamente. Así como en las mujeres se ha instalado el mensaje de prevención contra el cáncer de útero y de mamas, a partir de los chequeos médicos una vez al año; lo mismo es preciso reforzar en los varones a partir de los 50 años, con la visita al urólogo.

La campaña *NOVIEMBRE AZUL & CON BIGOTES* ya ha sido declarada de interés legislativo por las Cámaras de Diputados y Senadores de la Provincia de Mendoza, y cuenta con el auspicio de la Sociedad Argentina de Urología (SAU).

### **Con la campaña, Fundación Uroclínica espera:**

- Concientizar y sensibilizar a la sociedad para que asimile que el cáncer de próstata se puede prevenir.
- Persuadir a los hombres para que realicen la consulta anual con el urólogo y el análisis de antígeno prostático a partir de los 50 años. Y a los varones con antecedentes familiares (padre, hermanos con cáncer de próstata), aconsejarles que acudan más tempranamente a la consulta (a partir de los 40 años) para realizar los controles pertinentes.
- Generar un mensaje que involucre a toda la sociedad, no sólo a los varones sino también a sus familias y otros entornos cercanos.

“La prevención es el mejor método para la concientización de la población masculina sobre la patología del cáncer de próstata. El cáncer de próstata es uno de los tumores más frecuentes en la Argentina, y puede detectarse con un simple análisis de sangre, llamado Antígeno Prostático Específico (PSA). Cuando el PSA da igual o mayor a 2,5 ng/ml el paciente deberá solicitar turno para la consulta con el médico urólogo”, señaló el doctor Joaquín Silva, Presidente de la Fundación Uroclínica.

## **Un mensaje para todos**

*NOVIEMBRE AZUL & CON BIGOTES. MES DE LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE PRÓSTATA* será una campaña de múltiples dimensiones. Incluirá la invitación a dejarse crecer el bigote, procurando una adhesión masiva de la sociedad: hombres y mujeres, celebridades, deportistas, funcionarios públicos, personas de todas las edades.

### **Sobre Fundación Uroclínica**

Fundación Uroclínica es una organización sin fines de lucro, sustentada por un grupo de profesionales altamente calificados. Desde su creación, en 2012, viene trabajando con el sector público y privado en diversos proyectos y programas, en sintonía con sus objetivos primordiales: la docencia, la investigación, la concientización social y la asistencia orientada a brindar prestaciones médicas de excelencia a personas que lo necesiten.