



MEDIASETespaña.



Madrid, 20 de noviembre de 2017

Tras el éxito alcanzado en la web de 12 Meses y en RRSS

Mediaset España lleva a televisión la primera campaña de concienciación conjunta para la detección precoz del cáncer de mama y de próstata

- Por primera vez una campaña de 12 Meses salta del entorno *online* a la televisión gracias al apoyo obtenido en internet y en las redes sociales
- Bajo el *claim* “Queremos que te cuides” incide en cuatro aspectos fundamentales en la prevención contra ambos tipos de cáncer: diagnóstico precoz, factor hereditario, ejercicio físico y alimentación saludable
- Minimalpapa y Minimalmama, los personajes de animación sobre los que giran los cuatro *spots* de la campaña, protagonizan las optimistas minihistorias que inciden en la importancia de la prevención
- En un desarrollo 360°, esta nueva acción de 12 Meses también ha dado el salto a la calle este fin de semana con la Mostacho Run, carrera solidaria organizada a beneficio de la AECC
- Mediaset España ha logrado posicionarse a través de 12 Meses como un actor determinante en el campo de la salud y la prevención con el desarrollo de iniciativas en torno al cáncer, el ictus, el SIDA, la donación de médula ósea y los trasplantes de órganos, entre otras



Útiles, necesarios, icónicos y divertidos. Así son **Minimalmama** y **Minimalpapa**, los protagonistas de la campaña para la detección precoz conjunta del cáncer de mama y próstata lanzada por 12 Meses a principios de noviembre en Internet y redes sociales y que, dada su excelente acogida, dan hoy el salto a la antena de Mediaset España con la emisión en sus canales de las cuatro piezas que la componen bajo el lema ‘Queremos que te cuides’.

Creada por la Dirección de Comunicación y Relaciones Externas de Mediaset España y con el asesoramiento de la AECC, la campaña de 12 Meses se convierte así **en la primera en su historia en traspasar el entorno online para el que en principio fue concebida de forma exclusiva**, para contagiar a todos los canales el lenguaje visual positivo y optimista de sus cuatro spots de animación, **cuatro minihistorias que abordan la importancia de la prevención de los dos tipos de cáncer más diagnosticados en nuestro país a hombres y mujeres.**



En un desarrollo 360°, la campaña también ha dado el salto a la calle con la Mostacho Run, carrera solidaria a beneficio de la AECC y organizada con la colaboración de Secret Network y Club Corredores cuyos fondos van destinados a la investigación del cáncer de próstata. La carrera, que tuvo lugar el pasado fin de semana en el barrio madrileño de Las Tablas, fue también un ejemplo de deporte inclusivo, pensado para toda la familia, y contó con la

participación de Minimalpapa y Minimalma como animadores.

Informar para curar

El objetivo principal de la campaña de 12 Meses es incidir en cuatro aspectos básicos en la lucha contra el cáncer: diagnóstico precoz, factor hereditario, ejercicio físico y alimentación saludable. Cada uno de estos aspectos compone el concepto principal de cada pieza, protagonizada por **Minimalmama y Minimalpapa**, una pareja formada por un hombre, ejemplificado en un bigote inspirado en la estética del movimiento 'Movember', y una mujer, diseñada como una pequeña mama, **que hablan en distintas situaciones cotidianas sobre la necesidad de las revisiones periódicas, la importancia del factor genético y la incorporación de hábitos saludables** a sus respectivos estilos de vida. Las cuatro piezas concluyen con la voz en off **"Porque te queremos, queremos que te cuides. 12 Meses. Mediaset España"** y con una cartela final con el teléfono de Infocáncer (900 100 036), número gratuito gestionado por la AECC que ofrece ininterrumpidamente un servicio de información y apoyo formado por especialistas en atención telefónica, médicos, psicólogos y trabajadores sociales

Pieza I. Una minihistoria de diagnóstico precoz

Minimalpapa está pasando el aspirador. Minimalmama: *"Ya me ha llamado mi madre, la niña y la tía Blasa para que no se me olvide pedir la cita anual con mi ginecólogo. Cariño, ¿has pedido la tuya con el urólogo?"*

Cartela: Diagnóstico anual en España: 28.000 mujeres con cáncer de mama. 33.000 hombres con cáncer de próstata. A partir de los 50 años, ¡pide tu cita!

A partir de los 50 años, si te haces una revisión anual, puedes detectar a tiempo el cáncer de próstata. No esperes a tener síntomas ¡Pide tu cita!



Pieza 2. Una minihistoria de componente hereditario

Minimalmama está en el cine. Parece nerviosa, esperando con sus palomitas a alguien que no llega. Por fin aparecen Minimalpapa y su hermano, Minimalbro.

Minimalmama enfadada: “Los hermanos papa siempre llegando tarde... No os inventéis ninguna excusa que os conozco”.

Minimalpapa: “Cariño, venimos del urólogo”.

Minimalbro: “¡Y ha ido todo muy bien!”.

Minimalmama se relaja: “¡Bien!”.

Cartela: El componente hereditario multiplica por dos el riesgo de padecer cáncer de mama y de próstata. Si tienes antecedentes familiares, ¡pide tu cita!

Pieza 3. Una minihistoria a favor del ejercicio físico y contra el sedentarismo

Minimalpapa está sentado leyendo un libro. Entra Minimalmama vestida para ir al gimnasio.

Minimalmama: “¡Me voy a Zumba!”. También puedes andar, ir en bici, nadar... ¡Mueve un poco el bigote, cariño!”

Cartela: En Europa, el cáncer de próstata y mama es el más frecuente en hombres y mujeres, respectivamente. Practica ejercicio de forma regular

Minimalpapa: “¿Te vale el bádminton?”. Ella le da el visto bueno y se van.

Pieza 4. Una minihistoria de alimentación saludable

Minimalpapa está comiéndose una hamburguesa con una cerveza. Entra Minimalmama.

Minimalmama: “¿Dónde he puesto mis gafas? ¿Eso es una hamburguesa?”

Cartela: Una dieta con alto contenido en grasas aumenta el riesgo de padecer cáncer.

Minimalpapa: “No, es un sándwich de pavo con manzana verde y pan de quinoa con semillas de sésamo”.

Minimalmama: Ahhh, ¡pues yo quiero uno!

Cartela: Come sano, consume fruta y verduras y disminuye el riesgo.