

Por Bruna Chieco

Durante todo o mês de novembro, as Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC) integrantes do Fórum de Equidade e Diversidade da Abrapp promoveram diversas iniciativas voltadas à prevenção do câncer de próstata e à saúde integral masculina, alcançando colaboradores, participantes e suas famílias.

Confira abaixo cada uma das iniciativas:

Petros

A Petros realizou palestra com a oncologista Dra. Alexssandra Lima Siqueira dos Santos, abordando a importância da saúde masculina, prevenção e hábitos que contribuem para o bem-estar. Durante o mês, a entidade compartilhou conteúdos sobre a doença e sua prevenção, ambientou sua sede com iluminação azul no hall de cada andar, distribuiu cartazes e pins do Novembro Azul, reforçando que cuidar de si mesmo é um ato de responsabilidade e amor-próprio.



Economus

O Economus realizou palestra com o tema “Saúde do Homem: Prevenção e Autocuidado”, ministrada pelo oncologista Dr. Fábio Feio, com orientações sobre cuidados preventivos, hábitos saudáveis e a importância da atenção contínua à saúde masculina. Como forma de apoio à causa, os colaboradores foram convidados a vestir uma peça de roupa na cor azul, reforçando a conscientização e o engajamento com a campanha.



Funcef

A Funcef realizou campanha sobre o Novembro Azul pela prestadora de serviços WTW, com a realização de evento online para todos os empregados, ampliando o alcance das informações sobre prevenção e autocuidado.



Fachesf

A Fachesf divulgou conteúdo específico sobre a data com orientações para o público masculino interno e externo. A Assessoria de Recursos Humanos, por meio do Programa Viver Bem, também realizou, nas atividades de ginástica laboral, uma ação alusiva à campanha, destacando que o câncer de próstata é o segundo mais comum entre homens no Brasil e que, detectado precocemente, as chances de cura podem chegar a 95%.



Fusan

A Fusan realizou campanha com o público interno com orientações mediadas por médica oncológica. O núcleo de gestão de pessoas intermediou ações de quick massage e coffee break em momento de descontração. No Instagram, foram divulgadas semanalmente mensagens referentes à campanha, incluindo a tarifa zero para exames de PSA para homens acima de 45 anos. Na patrocinadora, foram realizadas ações de divulgação da campanha com a participação da mascote Capivara.



Refer

No dia 25 de novembro, a Refer realizou uma roda de conversa dedicada à conscientização e ao cuidado com a saúde do homem, com foco na prevenção e no diagnóstico precoce do câncer de próstata. O encontro reforçou a importância da quebra de tabus que ainda cercam o tema. Os participantes foram convidados a compartilhar experiências pessoais e familiares relacionadas ao câncer de próstata, tornando o momento ainda mais humano e acolhedor. Além disso, a Refer estimulou o autocuidado dos empregados com plaquinhas coladas nas portas dos banheiros masculinos e elevadores, incentivando a ida ao médico urologista.



Eletros

No dia 10 de novembro, a Eletros lançou campanha especial por meio de e-mail marketing e cartilha informativa, convidando todos a refletirem sobre a importância de falar sobre saúde como forma de cuidar de quem se ama. A entidade incentivou a realização do check-up médico anual, a manutenção da saúde mental e a adoção de hábitos que promovam qualidade de vida, reforçando que os exames periódicos são aliados na prevenção de doenças.



Postalis

O Postalis realizou campanha com abordagem ampla, inclusiva e educativa sobre saúde integral, reforçando que o cuidado é para todas as pessoas com próstata, reconhecendo a diversidade de corpos e identidades de gênero. A ação incentivou o diálogo aberto sobre autocuidado, exames preventivos e bem-estar físico e emocional. No dia 15 de novembro, foi realizado torneio de futebol com o mote “Novembro Azul: Juntos em Campo pela Saúde”, reunindo Postal Saúde, Correios e Postalís. A estratégia multicanal incluiu e-mail marketing, redes sociais e mural digital interno, garantindo capilaridade na comunicação.



Previ

A Previ realizou, no dia 26 de novembro, o evento online “Novembro Azul e muito mais: prevenção que salva vidas”, por meio do programa PREVINir. O encontro contou com especialistas do INCAvoluntário e da CliniCassi e abordou temas como urologia e saúde do homem, depoimentos de pacientes e orientações gerais sobre prevenção ao câncer. A programação reforçou o papel da informação como instrumento fundamental para a prevenção e para a promoção da saúde, ampliando o conhecimento e fortalecendo o compromisso com o cuidado próprio.



Infraprev

O Infraprev realizou comunicados internos aos colaboradores sobre formas de prevenção e atenção aos sintomas, reforçando que a informação salva vidas. Além disso, publicou conteúdos nas redes sociais para ampliar o alcance e levar conhecimento ao público.



Serpros

O Serpros incorporou a identidade visual do Novembro Azul em suas comunicações durante todo o mês. Além disso, realizou publicações nas redes sociais destacando a importância da prevenção e do autocuidado e, em parceria com a consultoria de medicina ocupacional, compartilhou com os empregados informações essenciais sobre o câncer de próstata, incluindo fatores de risco,

sintomas de alerta e medidas simples de prevenção.



Vivest

Durante o mês de novembro, a Vivest dedicou diversas postagens e vídeos à campanha, reforçando a importância da saúde masculina e da prevenção. Entre os principais temas abordados estão a conscientização sobre o câncer de próstata, a relevância de exames como o PSA e consultas regulares ao urologista, a promoção da saúde integral envolvendo corpo e mente, e a quebra de tabus e incentivo ao diálogo. A Vivest enfatizou que falar sobre saúde masculina e realizar exames não é sinal de fragilidade, mas de responsabilidade.



Real Grandeza

A Real Grandeza promoveu campanha de conscientização sobre a importância do diagnóstico precoce, destacando que o número de mortes reforça o alerta pela necessidade de atenção preventiva. A entidade mobilizou a comunidade da fundação em torno do tema, reforçando o compromisso com a saúde masculina.



Previndus

A Previndus realizou campanha de conscientização interna com o tema “Viver bem começa com um simples gesto: cuidar de você”. A entidade reforçou que a prevenção não é apenas um ato de amor à vida, mas um compromisso com o futuro, incentivando participantes e colaboradores a priorizarem sua saúde e realizarem exames preventivos.



As ações do Fórum de Equidade e Diversidade da Abrapp reforçam o compromisso do setor com a promoção da saúde, a valorização do autocuidado masculino e a sensibilização contínua sobre o diagnóstico precoce do câncer de próstata.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 03.12.2025.