

A partir de hoy, 19 de octubre

'**Constantes y Vitales**' se suma al Día Contra el Cáncer de Mama con una campaña de prevención dirigida a las mujeres

▶ **laSexta** emitirá un spot que advierte de la importancia de acudir al ginecólogo, al menos una vez al año, y de realizar una autoexploración de mama cada mes

19/octubre/2015

Constantes y Vitales, la campaña de Responsabilidad Corporativa de **laSexta**, desarrollada junto a la **Fundación AXA**, apoya el **Día Contra del Cáncer de Mama**, que se celebra hoy lunes 19 de octubre, con una campaña que trata de llamar la atención sobre la forma de prevenir esta enfermedad.

Se estima que una de cada ocho mujeres sufrirá un cáncer de mama en el futuro. De hecho, se trata del tipo de cáncer más frecuente en mujeres entre 35 y 50 años.

La detección precoz no solo reduce la mortalidad sino que además permite tratamientos locales menos agresivos. De hecho, aunque el número de nuevos casos en España aumenta cada año (se registran más de 26.000 nuevos todos los años), su mortalidad está disminuyendo notablemente gracias a la universalización de los programas de diagnóstico precoz, con una supervivencia media del 93% en el primer año.

Por este motivo, **Constantes y Vitales** quiere llamar la atención sobre la importancia de la prevención con el lanzamiento de un spot, que se emitirá en **laSexta**, en donde se advierte de la importancia de acudir al ginecólogo para una revisión al menos una vez al año y de realizar una autoexploración de mama una vez al mes, prestando especial atención a bultos, dolor, secreción del pezón o alteraciones de la piel. Además, en los casos de mujeres con factores de riesgo como alteraciones genéticas, antecedentes familiares, menopausia tardía o pubertad precoz, la precaución debe ser mucho mayor.

Aunque el 80% de los casos de cáncer de mama se desarrollan en mujeres sin factores de riesgo predisponentes, algunos de ellos son modificables. En este sentido, la obesidad, el alcohol, el tratamiento hormonal sustitutivo y el no tener hijos aumentan el riesgo de sufrir cáncer de mama.

laSexta, con la investigación

Constantes y Vitales se convirtió en octubre del año pasado en la primera campaña de Responsabilidad Corporativa en la historia de **laSexta**, impulsada junto con la **Fundación AXA**.



fundación
AXA

Su objetivo es apoyar y fortalecer la investigación médica de calidad y la prevención en salud, mediante la puesta en marcha de iniciativas de sensibilización que contribuyan, entre otros asuntos, a poner en valor la figura del investigador, a evitar la fuga de talento y a difundir consejos que sirvan como herramientas eficaces de prevención en salud para la sociedad.

Bajo el lema "**Trabajamos hoy por la salud del futuro**", **Constantes y Vitales** nació con la vocación de convertirse en una plataforma que recoja las reivindicaciones y necesidades de los ciudadanos. Sus preocupaciones se traducen en acciones concretas que impulsen avances en el ámbito médico y científico, tal y como demostró con el lanzamiento de su primera gran causa para poner en marcha la Agencia Estatal de Investigación.

En su propósito de estar cerca de la sociedad, **Constantes y Vitales** cuenta con diferentes vías de intercomunicación: desde la web constantesyvitaless.com, que recoge todas las novedades de la campaña, hasta los perfiles en redes sociales: Facebook (facebook.com/constantesyvitaless) y Twitter ([@constanteyvital](https://twitter.com/constanteyvital)), cuyo hashtag es #constantesyvitaless.

Con **Constantes y Vitales**, **COMPROMISO ATRESMEDIA** dio un nuevo paso en sus acciones de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo, materia que ha intensificado en los últimos años hasta integrar los valores éticos y de responsabilidad en todas y cada una de las actividades de la compañía. A las campañas realizadas con diferentes entidades, suma sus propios proyectos (**PONLE FRENO** por la Seguridad Vial, **HAZTE ECO**, en defensa de la protección del medio ambiente y **OBJETIVO BIENESTAR**, dirigida a promover hábitos saludables).

En este compromiso, la **Fundación Atresmedia** desarrolla su labor para colectivos tan vulnerables como la infancia, la juventud o las personas con discapacidad, mientras que, a través del Voluntariado Corporativo, el grupo pone a disposición de diversas entidades las habilidades profesionales de los empleados.

El movimiento **Crea Cultura** para defender y reconocer el valor de la Propiedad Intelectual es la última gran acción emprendida hasta la fecha en materia de RC.

La Fundación AXA y la prevención

La **Fundación AXA**, nacida en 1998, canaliza toda la acción social de AXA hacia la comunidad. Su estrategia se centra, principalmente, en el impulso de proyectos que promueven la protección y prevención de riesgos, en línea con la política de Responsabilidad Corporativa de la compañía. Además, la **Fundación AXA** apoya actividades de mecenazgo cultural. En 2014, la Fundación AXA impulsó 40 actividades de distinto tipo en España, en las que participaron un total de 4,7 millones de personas.