



Instituto Lado a Lado pela Vida (LAL) lança videoclipe com Casseta&Planeta para alertar os homens sobre câncer de pênis

Ação faz parte do projeto 'Lave o Dito Cujo', uma parceria entre o LAL e os criativos Leonardo Telles, Guilherme Serato, Marcelo Marui e Saulo Vinheiro

Em 2020, o perfil @laveoditocujo, no Instagram, impactou mais de 37 mil pessoas com 366 ilustrações divertidas sobre o órgão masculino

Fazer uso da irreverência e do bom humor para alertar homens sobre câncer de pênis, um mal responsável pela amputação de 1.600 brasileiros todos os anos. Essa foi a estratégia escolhida pelo Instituto Lado a Lado pela Vida (LAL), em parceria com os criativos Leonardo Telles, Guilherme Serato, Marcelo Marui e Saulo Vinheiro, para criar o projeto 'Lave o Dito Cujo', que visa conscientizar a população de forma lúdica, sem perder a seriedade. A iniciativa acaba de ganhar um importante reforço, um divertido videoclipe estrelado pelo pessoal do Casseta&Planeta, disponível para mídias digitais.

No filme, Claudio Manoel, Helio de La Peña, Hubert e Marcelo Madureira contracenam com recursos de animação para ilustrar situações que remetem à higienização do pênis e o que pode acontecer quando ela não ocorre. Com o divertido refrão "lave o dito cujo" repetido diversas vezes, a letra da música interpretada pela trupe ainda traz frases como "imagine perder a banana porque não lavou direito? Decapitar o palhaço, por falta de higiene?", evidenciando a principal causa do câncer de pênis: a falta de higiene.

Sucesso nas redes sociais – A campanha 'Lave o Dito Cujo' estreou em 2020 com o perfil [@laveoditocujo](https://www.instagram.com/laveoditocujo) no Instagram. Todos os 366 dias do ano ganharam ilustrações com os nomes populares do pênis, produzidas por centenas de artistas. A página conta com mais de 37 mil seguidores e cada post chega a ter mais de 4 mil curtidas. "O projeto é resultado de um levantamento dos nomes populares do pênis. Cada ilustração acompanha uma mensagem para alertar sobre um tema muito sério: a saúde do homem brasileiro e, mais especificamente sobre o câncer de pênis, muito comum nas regiões Norte e Nordeste. É uma maneira lúdica para alertarmos sobre um problema sério de saúde que pode ser evitado", explica Leonardo Telles, um dos idealizadores da ação. (<https://www.instagram.com/laveoditocujo/?hl=pt-br>)

Higiene e saúde



A limpeza correta da genitália diminui as chances de desenvolvimento da doença. "Há uma forte associação entre a presença do prepúcio (pele que recobre a glândula ou cabeça do pênis) e o surgimento do câncer peniano. Além disso, as ISTs – infecções sexualmente transmissíveis - caminham lado a lado com este tipo de câncer", explica Dr. Aguinaldo Nardi, urologista e membro do comitê científico do **Instituto Lado a Lado pela Vida**.

Entre os fatores de risco, está a fimose, que impede a exposição da glândula (cabeça do pênis) e o acúmulo de esmegma (secreção branca resultante da descamação celular) e a falta de informação. "No Brasil, o câncer de pênis representa 2% de todos os tipos de câncer que atingem o homem, sendo mais frequente nas regiões Norte e Nordeste. A falta de informação, a dificuldade em ter atendimento médico e muitas vezes a vergonha fazem com que os homens cheguem ao sistema com a doença em um estado avançado", pontua a presidente do LAL, Marlene Oliveira, criadora da campanha Novembro Azul.

Apesar de raro nos países europeus e da América do Norte, esse tipo de tumor é uma condição frequente em muitos países africanos, sul americanos e asiáticos. No Brasil, noventa por cento dos casos são oriundos do Sistema Único de Saúde (SUS). Isso sugere que o câncer de pênis tende a afetar os homens mais pobres, não operados da fimose e com hábitos precários de higiene.

Sobre Instituto Lado a Lado Pela Vida (LAL)

O **LAL** é uma organização brasileira da sociedade civil, sem fins lucrativos, criada em 2008, em São Paulo, para disseminar informação de qualidade para a população sobre saúde do homem, com ênfase à importância do diagnóstico precoce do câncer de próstata. Em 2014, sua agenda de causas foi ampliada, com a incorporação de ações para alertar sobre os cuidados necessários com a saúde do coração e também para a atenção a outros tipos de câncer, como pulmão, pele/melanoma e os tumores ginecológicos femininos, além do câncer de mama. O Instituto atua de norte a sul do Brasil, tanto nas cidades como nas áreas rurais com campanhas de prevenção primária e secundária que promovem o diálogo, o acolhimento e a promoção do bem-estar físico e emocional. Propaga a mensagem do autocuidado e da autoestima, plantando a semente de que a saúde é o nosso bem mais valioso e merece atenção especial. Além do **Novembro Azul**, o Instituto é o idealizador das campanhas RespireAgosto; Siga seu Coração; Mulher Por Inteiro e #LivreSuaPele.

Informações para a Imprensa

Virta Comunicação Corporativa

Soraya Souza – soraya.souza@grupovirta.com.br – (11) 99918-5822

Carolina Neves – carolina.neves@grupovirta.com.br – (11) 97723-4843