

2025

O ESTILO DE VIDA SALVA VIDAS

Campanha Internacional de
Sensibilização, Educação
e Mobilização Social



POWERED BY: EUROPEAN SCHOOL OF LIFESTYLE ONCOLOGY

HI@ESLONGOLOGY.COM

+351 928 520 300

esfo
EUROPEAN SCHOOL OF
LIFESTYLE ONCOLOGY

POWERED BY:
AIM
CANCER CENTER



WWW.AIM.CLINIC

1 | O DESAFIO

01



O cancro é uma das principais causas de morte em Portugal. Mas até 40% dos casos poderiam ser prevenidos.

E para quem vive com a doença, qualidade de vida é tão importante quanto sobrevivência.

Apesar disso, a integração de estratégias de estilo de vida continua ausente dos cuidados convencionais.

Está na hora de mudar isso!



2 | A NOSSA VISÃO

Queremos criar uma cultura de saúde centrada na pessoa, baseada em evidência e acessível a todos.

Acreditamos numa oncologia mais humana, preventiva e integrativa. Uma abordagem onde alimentação, movimento, sono, saúde emocional e relações positivas são parte da terapêutica - antes, durante e após o diagnóstico.



3 | O QUE PROPOMOS

Uma campanha de saúde pública nacional e internacional com 4 eixos:

EDUCAÇÃO

combater mitos e divulgar ciência

ADVOCACIA

influenciar políticas e instituições

MOBILIZAÇÃO

envolver comunidades locais

FORMAÇÃO

capacitar profissionais envolvidos na área da oncologia



**PORQUE CUIDAR NÃO É SÓ TRATAR A DOENÇA
É CUIDAR DA VIDA.**

4 | O CONCEITO CRIATIVO

E se o estilo de vida fosse prescrito como um comprimido?

Criámos uma identidade visual poderosa:

- Cápsulas que contêm alimentos, movimento, natureza, relações
- Uma nova linguagem para mostrar que o estilo de vida também faz parte do tratamento
- Imagens que capturam o essencial: saúde, esperança, humanidade

*O Estilo de Vida
Salva Vidas*



Antes, durante e após o cancro

Cápsulas associada ao sono e exercício físico



Cápsulas associada ao exercício físico e nutrição

5 | OS 12 PILARES DA CAMPANHA

“O ESTILO DE VIDA SALVA VIDAS”

05

01. NUTRIÇÃO & CANCRO

A alimentação como terapia e prevenção

02. MOVIMENTO & ATIVIDADE FÍSICA

Promover literacia e apoiar a população

03. SONO & RECUPERAÇÃO

Amplificar uma mensagem urgente e transformadora

04. SAÚDE EMOCIONAL & STRESS

Ser ponte com a comunidade local

08. AMBIENTE & TOXINAS

Poluição, disruptores endócrinos, espaços verdes

07. MICROBIOMA & CANCRO

Microbioma intestinal, oral, cutâneo, tumoral

06. PROPÓSITO & ESPIRITUALIDADE

Sentido de vida, fé, força interior

05. RELAÇÕES & APOIO SOCIAL

A alimentação como terapia e prevenção

09. SAÚDE ORAL EM ONCOLOGIA

Mucosite, higiene oral, dignidade nos cuidados

10. SEXUALIDADE & INTIMIDADE

Autoimagem, intimidade, relacionamentos afetivos

11. CUIDADOS COM PELE, CABELO E UNHAS

Bem-estar visível, autoestima e autoimagem

12. LITERACIA & ACESSO À SAÚDE

Equidade, educação em saúde, inclusão digital e social

6 | O IMPACTO ESPERADO

06



**+1 MILHÃO DE PESSOAS
ALCANÇADAS**

**+100 AÇÕES LOCAIS EM ESCOLAS,
CENTROS DE SAÚDE, MUNICÍPIOS**

**+500 PROFISSIONAIS DE
SAÚDE FORMADOS**

**+50 INSTITUIÇÕES E PARCEIROS
ENVOLVIDOS**

**PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS
EM CO-BRANDING**

**INCLUSÃO DO ESTILO DE VIDA
EM PROGRAMAS DE PREVENÇÃO
E SOBREVIDA**

7 | QUEM ESTÁ POR TRÁS

A campanha é promovida pela **European School of Lifestyle Oncology** e conta com o apoio científico do **AIM Cancer Center**, um centro pioneiro em cuidados integrativos em oncologia com uma equipa multidisciplinar com décadas de experiência clínica e educativa.



8 | O QUE PROCURAMOS EM PARCERIA

Procuramos aliados que queiram estar do lado da mudança.

MARCAS

Associar-se à saúde pública e
responsabilidade social

INSTITUIÇÕES E UNIVERSIDADES

Promover literacia e apoiar a população

MEDIA

Amplificar uma mensagem urgente e
transformadora

MUNICÍPIOS E ESCOLAS

Ser ponte com a comunidade local



9 | O QUE OFERECEMOS AOS PARCEIROS

09



**VISIBILIDADE NOS MATERIAIS DA
CAMPANHA**

**PARTICIPAÇÃO ATIVA EM
AÇÕES LOCAIS E EVENTOS**

**RECONHECIMENTO PÚBLICO
E INSTITUCIONAL**

**ASSOCIAÇÃO A UMA MISSÃO COM
IMPACTO HUMANO E CIENTÍFICO**

**PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS
EM CO-BRANDING**

RELATÓRIO FINAL DE IMPACTO

Evento Oncoskin (2023)

10 | AS INICIATIVAS

MOMENTOS PELA SAÚDE MENTAL

Mural/ Painel com práticas rápidas de saúde mental, disponível em espaços físicos ou digitais.

Público-Alvo

Público geral, profissionais de saúde

Stakeholders

Hospitais, clínicas, farmácias, universidades

Pilar

Saúde Mental

MEXA-SE 10 MINUTOS POR DIA

Compromisso de 10 minutos diários de atividade física em grupo.

Público-Alvo

Empresas, escolas, instituições públicas

Stakeholders

Autarquias, ginásios, serviços de saúde ocupacional

Pilar

Atividade física

DESAFIO LUZES APAGADAS

Desafio de uma semana sem ecrãs à noite para melhorar os ritmos circadianos.

Público-Alvo

Profissionais e estudantes

Stakeholders

Empresas de tecnologia, coworking, bibliotecas

Pilar

Ritmos biológicos, sono e recuperação

PRATO SAUDÁVEL COM SELO

Restaurantes criam pratos saudáveis validados pela campanha e recebem o selo oficial.

Público-Alvo

Clientes de restaurantes, população geral

Stakeholders

Restaurantes, chefes de cozinha, associações da restauração

Pilar

Nutrição

A SAÚDE ORAL É FUNDAMENTAL

Durante 30 dias, clínicas, instituições educativas e comunitárias são convidadas a oferecer rastreios gratuito ou ações educativas sobre saúde oral e cancro.

Público-Alvo

Público geral, escolas, lares

Stakeholders

Clínicas dentárias, escolas, centros de dia

Pilar

Saúde Oral

UM CONVITE POR DIA

Desafio para promover um gesto de conexão social diário.

Público-Alvo

Público geral

Stakeholders

ONGs, instituições comunitárias, escolas

Pilar

Relações e suporte social

ESPAÇOS DE CUIDADO COM O CORPO

Avaliação gratuita de cabelo, pele, unhas ou pés para pessoas com história oncológica.

Público-Alvo

Pessoas com diagnóstico de cancro

Stakeholders

Salões de beleza, esteticistas, barbearias

Pilar

Identidade corporal e toque

FALE COM O SEU FARMACÊUTICO

Aconselhamento gratuito em farmácia sobre medicação e suplementos

Público-Alvo

População em tratamento médico

Stakeholders

Farmácias comunitárias, consultórios médicos

Pilar

Medicação e segurança

10 | AS INICIATIVAS

POP-UPS CONHEÇA O SEU RISCO

Eventos comunitários com rastreios gratuitos e educação para a saúde.

Público-Alvo

Comunicação geral

Stakeholders

Hospitais, universidades, autarquias

Pilar

Rastreios e avaliação de risco

CARTAS DE LEGADO

Espaço para partilha de mensagens sobre propósito e sentido de vida.

Público-Alvo

Público geral, escolas, lares

Stakeholders

Centros culturais, escolas, hospitais

Pilar

Propósito e sentido

DESAFIO: E SE O ESTILO DE VIDA FOSSE UM COMPRIMIDO?

Criação de cápsulas e materiais educativos sobre o estilo de vida em contexto escolar.

Público-Alvo

Alunos do ensino básico, secundário, profissional e superior

Stakeholders

Escolas, universidades, professores

Pilar

Transversal (todos os pilares)

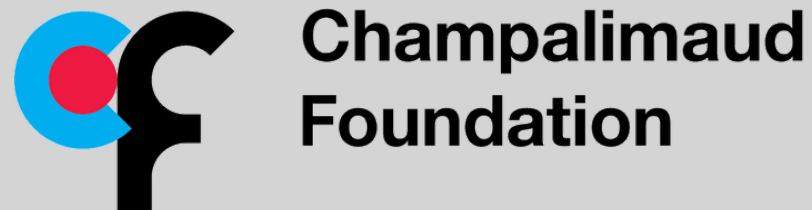
**TEM OUTRA IDEIA OU PROPOSTA DE INICIATIVA?
TEMOS TODO OS GOSTO EM SABER MAIS.**

FALE CONNOSCO!

11 | APOIOS E PARCERIAS



ONCO GLAM



WOUND WELLBEING



START ESPOSENDE

ONCOGLAM

BREAST CANCER RESEARCH PROGRAM

MAMA HELP

FUNDAÇÃO CHAMPALIMAUD

NEMO - ALLENAMENTO E CANCRO

WOUND WELLBEING

QOL GROUP

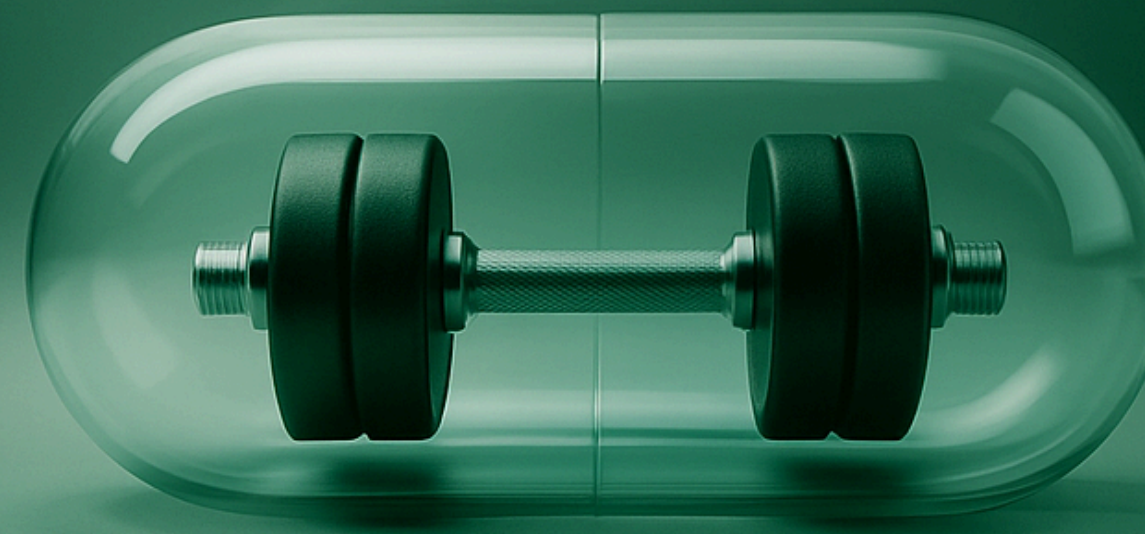
ASSOCIAÇÃO MOG

LIGA OS PONTOS

ASSOCIAÇÃO ONCOLÓGICA DO ALGARVE

O *Estilo de Vida* *Salva Vidas*

Antes, durante e após o cancro



aimcancercenter@gmail.com
+351 928 520 300
www.aim.clinic.com
@aimcancercenter

Ajuda-nos a levar esta
mensagem mais longe.

#EstiloDeVidaSalvaVidas



12 | JUNTA-TE A NÓS

AIM
CANCER CENTER