

doesn't



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA *THE HEART TRUTH*

La verdad es que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres

Únicamente un tercio de las mujeres saben que las enfermedades del corazón constituyen la amenaza más seria para su salud y la mayoría de ellas no asocia los factores de riesgo, como presión sanguínea alta y colesterol alto, con su riesgo personal de desarrollar una enfermedad del corazón. La verdad es que una de cada tres mujeres muere debido a una enfermedad del corazón.

Campaña *The Heart Truth*: mensajes serios para la salud del corazón de la mujer

El National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI), parte del National Institute of Health, U.S. Department of Health and Human Services (DHHS) está patrocinando una campaña nacional de concienciación llamada *The Heart Truth* conjuntamente con: American Heart Association; Office on Women's Health, el U.S. Department of Health and Human Services; WomenHeart: the National Coalition for Women with Heart Disease; y demás organizaciones comprometidas con la salud y el bienestar de la mujer.

La campaña está dirigida principalmente a mujeres de 40 a 60 años, ya que éste es el período en el que comienza a aumentar el riesgo de que una mujer desarrolle enfermedades del corazón. Sin embargo, nunca es demasiado pronto ni demasiado tarde para tomar medidas tendentes a prevenir y controlar los factores de riesgo, ya que las enfermedades del corazón se desarrollan con el correr del tiempo y pueden comenzar a una edad temprana, incluso en la adolescencia.

La campaña advierte a las mujeres sobre las enfermedades del corazón y les brinda las herramientas para que tomen medidas frente a los factores de riesgo. Su mensaje está acompañado por un soporte visual, el vestido rojo, que se utiliza como símbolo nacional para la mujer y la concienciación sobre las enfermedades del corazón.



¿Qué tiene que ver un vestido rojo con todo esto?

El símbolo del vestido rojo relaciona la atención de la mujer por su “ser exterior” con la necesidad de centrarse también en su “ser interior” y en su corazón. Un simple vestido rojo funciona como una alerta roja para que el mensaje se escuche alto y claro. “Al corazón no le importa cómo te vistes. Las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres.”

Componentes de la campaña

La campaña *The Heart Truth* y su The Red Dress Project (Proyecto del Vestido Rojo) incluyen:

- materiales instructivos para que las mujeres aprendan sobre las enfermedades del corazón y cómo reducir sus riesgos
- el broche del vestido rojo como símbolo del mensaje de la mujer y de la concienciación sobre las enfermedades del corazón
- fotos e historias persuasivas de mujeres de la vida real que cuentan cómo las enfermedades del corazón cambiaron sus vidas
- publicidad del servicio público nacional
- asociaciones con organizaciones nacionales sin fines de lucro afianzadas en el nivel local para ampliar el alcance y el mensaje de la campaña
- asociaciones con empresas para ampliar los recursos y mejorar la notoriedad del mensaje de *The Heart Truth*

Para obtener más información y para ver o solicitar materiales de la campaña *The Heart Truth*, visite las páginas Web de la campaña en: <http://www.hearttruth.gov>.

Los recursos adicionales sobre enfermedades del corazón también están disponibles en:

http://www.nhlbi.nih.gov/health/prof/heart/latino/lat_pat.htm

http://www.nhlbi.nih.gov/health/prof/heart/latino/lat_pro.htm

Antecedentes de la campaña

La campaña *The Heart Truth* comenzó como respuesta a las recomendaciones de más de 70 expertos en la salud de la mujer que se reunieron en marzo de 2001 para desarrollar un plan de acción a escala nacional tendente a reducir la incidencia de las enfermedades del corazón en la mujer.

La campaña se desarrolló con aportes de organizaciones asociadas y grupos de debate realizados en todo el país. Estos grupos revelaron que la mayoría de las mujeres subestima su riesgo personal y no comprende acabadamente el impacto devastador que las enfermedades del corazón provocan en la vida y en la familia de quien las sufre. El estudio de investigación sostiene la necesidad urgente de informar a la mujer sobre los riesgos de las enfermedades del corazón y cómo disminuirlos.

A medida que se desarrolló la campaña *The Heart Truth*, se hizo evidente la necesidad de contar con recordatorios que vinculen a la mujer con las enfermedades del corazón. En febrero de 2003, *The Heart Truth* lanzó su Proyecto del Vestido Rojo en la semana de la moda de Mercedes-Benz (Mercedes-Benz Fashion Week), colocando el tema de la mujer y las enfermedades del corazón en el primer plano a escala nacional. Este lanzamiento consolidó al vestido rojo como el nuevo símbolo deslumbrante para la mujer y la concienciación sobre las enfermedades del corazón.

Socios de la campaña *The Heart Truth*:

National Heart, Lung, and Blood Institute

<http://www.hearttruth.gov>, 301-592-8573, TTY: 240-629-3255

American Heart Association

<http://www.americanheart.org>, 1-800-MY-HEART

Office on Women's Health, DHHS

National Women's Health Information Center

<http://www.4woman.gov>, 1-800-994-WOMAN, TTD: 1-888-220-5446

WomenHeart: the National Coalition for Women with Heart Disease

<http://www.womenheart.org>, 202-728-7199