



Women &  
Heart Disease



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

## ***THE HEART TRUTH (La verdad acerca del corazón)*** **GENERALIDADES SOBRE LA CAMPAÑA**

### ***La verdad acerca del corazón: Las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres***

*La verdad acerca del corazón* es que una de cada cuatro mujeres estadounidenses muere de enfermedades del corazón, y la mayoría no relacionan los factores de riesgo—como la hipertensión y el colesterol alto—con su propio riesgo de desarrollar enfermedades del corazón.

### ***The Heart Truth (La verdad acerca del corazón) es una campaña que envía mensajes serios acerca de la salud cardíaca de las mujeres***

*The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* es una campaña nacional de toma de conciencia dirigida a las mujeres, que se concentra en las enfermedades del corazón y es patrocinada por el National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI), que forma parte de los National Institutes of Health, Department of Health and Human Services (DHHS) de los Estados Unidos. A través de esta campaña, el NHLBI encabeza a la nación en un movimiento histórico para la toma de conciencia sobre la salud cardíaca, que está siendo adoptado por millones de personas que comparten la meta común de una mejor salud cardíaca para todas las mujeres.

La campaña *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* advierte a las mujeres acerca de las enfermedades del corazón y les brinda materiales educativos para ayudarlas a tomar medidas contra sus factores de riesgo. Está dirigida principalmente a las mujeres de entre 40 y 60 años de edad, el momento en el cual comienza a aumentar el riesgo de una mujer de padecer de enfermedades del corazón. Sin embargo, nunca es demasiado temprano—ni demasiado tarde—para tomar medidas a fin de prevenir y controlar los factores de riesgo, puesto que las enfermedades del corazón se desarrollan con el tiempo y pueden comenzar a una edad muy temprana; incluso en la adolescencia.

El mensaje de la campaña va acompañado por un elemento visual fascinante, el Vestido Rojo, creado para advertir a las mujeres acerca del hecho de que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre ellas. *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* creó y presentó el Vestido Rojo como el símbolo nacional para las mujeres y la concientización sobre las enfermedades del corazón en el año 2002 a fin de entregar un mensaje de alerta a las mujeres estadounidenses. El Vestido Rojo les recuerda a las mujeres que deben proteger su salud cardíaca y las inspira a tomar medidas para ello.

Entre los socios de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* se encuentran: The Office on Women's Health, DHHS; WomenHeart: la National Coalition for Women with Heart Disease; la American Heart Association y otras organizaciones dedicadas a la salud y el bienestar de la mujer.





Women &  
Heart Disease



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

### Antecedentes de la campaña

La campaña *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) comenzó en respuesta a las recomendaciones de más de 70 expertos en la salud femenina que se reunieron en marzo de 2001 a fin de elaborar un plan de acción nacional para reducir el índice de fallecimiento debido a las enfermedades del corazón entre las mujeres estadounidenses. La campaña fue desarrollada a partir de aportes de las organizaciones asociadas y grupos de discusiones con mujeres implementados en todo el país. Esta investigación reveló que la mayor parte de las mujeres subestiman su propio riesgo y no comprenden plenamente el impacto devastador que tienen las enfermedades del corazón sobre su vida y su familia. La investigación apoyó la necesidad urgente de informar a las mujeres acerca de su riesgo de padecer de enfermedades del corazón y acerca de cómo disminuirlo.

### Qué tiene que ver todo esto con un Vestido Rojo?

El Vestido Rojo fue diseñado para generar una toma de conciencia con respecto al hecho de que las mujeres corren el riesgo de padecer de enfermedades del corazón, y motivarlas a tomar medidas para reducir este riesgo. El concepto creativo del Vestido Rojo comprobó ser de utilidad con diversas mujeres, quienes citaron la capacidad de este símbolo para captar la atención, expresar la gravedad de las enfermedades del corazón y cambiar la percepción de que es un problema únicamente de hombres.

El símbolo vincula el enfoque que una mujer hace de su "ser exterior" con la necesidad de enfocarse también en su "ser interior", especialmente su salud cardíaca. El Vestido Rojo sirve como una alerta roja para transmitir el mensaje de que "a las enfermedades del corazón no les importa cómo te vistas: son la principal causa de muerte entre mujeres".

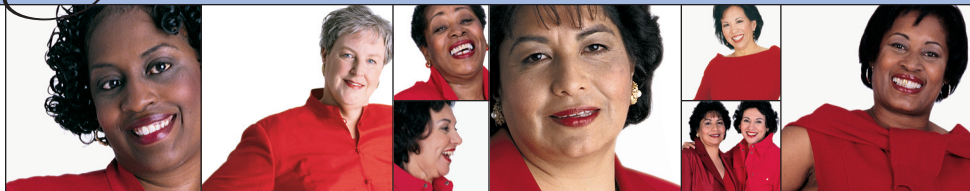
Con la intención de promover este símbolo, *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) forjó una colaboración innovadora entre el gobierno federal y la industria de la moda; una industria intrínsecamente asociada con la audiencia femenina. Como resultado de esta asociación, los líderes de la moda -incluidos los principales diseñadores, modelos y celebridades- han demostrado su apoyo al tema de las mujeres y las enfermedades del corazón al participar en las Colecciones de Vestidos Rojos de *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) durante la Semana de la moda en Nueva York que se celebra anualmente desde 2003.

*The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) lanzó la primera Colección de Vestidos Rojos durante la Semana de la moda en Nueva York realizada en febrero de 2003, cuando 19 diseñadores—desde Vera Wang hasta Donna Karan, y Oscar de la Renta—contribuyeron con vestidos rojos para una sensacional exhibición bajo las carpas de Bryant Park. En febrero de 2004, la plataforma de la moda se amplió con la creación del primer National Wear Red Day (día nacional para vestir de rojo) anual y el debut, en el mismo día, de la Colección 2004 de Vestidos Rojos: un desfile de moda que presenta vestidos rojos de los más exclusivos diseñadores de la industria exhibidos por las principales modelos y celebridades del sector.





Women &  
Heart Disease



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

La campaña volvió a ser el centro de atención en febrero del 2005, 2006, 2007 y de nuevo en el 2008 en la Semana de la Moda en Nueva York con desfiles de moda repletos de celebridades. Algunas de las estrellas más reconocidas a nivel mundial han desfilado por la pasarela para *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* vistiendo las nuevas colecciones de vestidos rojos de diseñadores, entre ellas: Rita Moreno, Thalia, Zuleyka Rivera - Miss Universo 2006, Sheryl Crow, Kelly Ripa, Heidi Klum, Venus Williams, Angela Bassett, Rachael Ray, Christie Brinkley, Vanessa Williams, Billie Jean King, la Duquesa de York Sarah Ferguson, Molly Sims, LeAnn Rimes, Ashanti, Christina Milian, Fergie, Eartha Kitt, y Liza Minnelli.

### **Día Nacional de Vestir de Rojo**

*The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)*, así como muchas personas y organizaciones celebran el National Wear Red Day (día Nacional de Vestir de Rojo) el primer viernes de febrero de cada año. En este día, los estadounidenses de todo el país se visten de color rojo para sumarse al movimiento nacional de alerta a las mujeres sobre su riesgo de padecer de enfermedades del corazón. Hombres y mujeres pueden participar vistiéndose de rojo o llevando el broche del Vestido Rojo. Este broche se encuentra disponible en [www.hearttruth.gov](http://www.hearttruth.gov).

### **La Señora Laura Bush: Embajadora de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)***

La Señora Laura Bush ha sido la embajadora nacional de la campaña *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* desde el Día de San Valentín de 2003. Desde entonces, como parte de su Iniciativa para la salud y el bienestar de la mujer, La Señora Bush ha encabezado el esfuerzo del gobierno federal para advertir a las mujeres, en forma personal y urgente, sobre su riesgo de padecer de enfermedades del corazón.

Ella asistió al lanzamiento de la Colección de Vestidos Rojos de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* realizado durante la Semana de la moda en Nueva York en febrero de 2003, y fue anfitriona del evento inicial del American Heart Month (mes estadounidense del corazón) en la Casa Blanca, en febrero de 2004. También asistió a las actividades de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* realizadas durante la Semana de la moda en Nueva York en los años 2004, 2005, y 2007 – y La Señora Bush abrió el desfile de moda de la Colección de Vestidos Rojos 2008 y compartió el escenario con las celebridades que modelaron. Como embajadora de la campaña, La Señora Bush celebra las contribuciones de los líderes del movimiento sobre el conocimiento de las enfermedades del corazón. En el 2007, ella participó en dos discusiones de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* y en febrero del 2008 durante una recepción en la Casa Blanca, reconoció a la industria de la moda por su ayuda en llevar a las mujeres los mensajes sobre las enfermedades del corazón.





Women &  
Heart Disease



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

En mayo de 2005, se realizó el debut de la Colección de Vestidos Rojos de las Primeras Damas de *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) en una exhibición especial que tuvo lugar en el John F. Kennedy Center for the Performing Arts en Washington, D.C. y se presentó en el 2007 en el Museo y Biblioteca Ronald Reagan en California. La Colección presentó vestidos y trajes rojos exhibidos por siete primeras damas de los Estados Unidos, incluidas Laura Bush, Hillary Rodham Clinton, Barbara Bush, Nancy Reagan, Rosalynn Carter, Betty Ford y Claudia (Lady Bird) Johnson

### Recursos y actividades de la campaña

La campaña ofrece una amplia variedad de recursos para ayudar a las personas y a las comunidades locales a comunicar *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*), entre los que se incluyen:

- Materiales educativos para las mujeres a fin de que aprendan sobre las enfermedades del corazón y cómo reducir sus riesgos
- El broche del Vestido Rojo, el símbolo nacional sobre la concientización de las mujeres acerca de las enfermedades del corazón
- Kit para oradores -un paquete de materiales para discursos- y otros materiales de promoción a fin de facilitar la comunicación del mensaje de *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) en las comunidades locales
- Kit de materiales en el Internet que incluyen ideas y materiales para actividades a fin de ayudar a las personas y organizaciones a planificar sus propios eventos de *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) durante todo el año
- Registro de actividades en Internet que permite a las organizaciones compartir lo que han hecho y enterarse acerca de lo que otros grupos de toda la nación están haciendo para difundir *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*)
- Fotografías e historias conmovedoras de mujeres reales que cuentan cómo su padecimiento cardíaco les cambió la vida
- Publicidad nacional de servicio público (prensa, radio y televisión)
- Asociaciones con organizaciones nacionales sin fines de lucro reforzadas a nivel local para extender el alcance y el mensaje de la campaña
- Asociaciones con las principales organizaciones de mujeres latinas y afroamericanas, incluida la Association of Black Cardiologists, la revista Catalina, la revista Essence, la League of United Latin American Citizens, The Links, Inc., la National Black Nurses Association y la National Latina Health Network, así como también materiales de la campaña adaptados específicamente para mujeres latinas y afroamericanas







Women &  
Heart Disease



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

- Asociaciones corporativas para extender el alcance y mejorar la visibilidad del mensaje de la campaña *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)*, incluyendo colaboraciones con las compañías Diet Coke, Johnson y Johnson, General Mills, IMG Fashion, Celestial Seasonings, Time, Inc. Woman's Group, y Swarovski
- Programas comunitarios como el programa Single City, el programa Campeones de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* y la exhibición ambulante de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)*, que extienden el alcance de los mensajes de *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* a las comunidades locales

### Haciendo una diferencia

*The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* está progresando en la lucha contra las enfermedades del corazón en las mujeres. En el 2005 el número de muertes causadas por enfermedades del corazón entre las mujeres estadounidenses continuaron a declinar, y por primera vez, han declinado por seis años consecutivos, desde 2000-2005. Casi la mitad de las mujeres están concientes que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres, un aumento desde el 2000 cuando solo el 34 por ciento lo sabía. Las mujeres están aprendiendo acerca del Vestido Rojo como símbolo nacional para las mujeres y las enfermedades del corazón—en el 2008 casi la mitad de las mujeres reconocieron el símbolo. Más mujeres viven una vida más larga y más sana, y menos mueren de enfermedades del corazón. Pero sigue habiendo retos y muchas mujeres siguen sin tomar las enfermedades del corazón como un tema serio y personal. La campaña *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* continuará generando toma de conciencia entre las mujeres y motivándolas para tomar medidas por su salud cardíaca.

Para obtener mas información visite [www.hearttruth.gov](http://www.hearttruth.gov). Para obtener imágenes en alta resolución, fotografías, y otros materiales creativos de la campaña *The Heart Truth (La verdad acerca del corazón)* visite <http://share.hearttruth.com>.

