



Agency for Healthcare Research and Quality
Advancing Excellence in Health Care • www.ahrq.gov

CONTACTO:

Bob Isquith

AHRQ

301-427-1539

Bob.Isquith@ahrq.hhs.gov

Ellyn Fisher

The Ad Council

212-984-1964

efisher@adCouncil.org

AHRQ y Ad Council exhortan a los hispanos a involucrarse más en su salud

Nueva campaña publicitaria en español presenta el tema de los "Superhéroes"

New York, NY (March 12, 2008) /PRNewswire/ — La Agencia para la Investigación y la Calidad del Cuidado de la Salud (Agency for Healthcare Research and Quality, AHRQ), del Departamento de Salud y Servicios Sociales de EE.UU. (U.S. Department of Health and Human Services), se unió hoy al Advertising Council para lanzar una campaña de servicio público en español a nivel nacional con el fin de exhortar a los hispanos el involucrarse más en su salud. La campaña recomienda a los hispanos hacerse revisiones periódicas con su médico, de manera que se mantengan saludables para sus seres queridos.

Según los datos más recientes de la AHRQ, es 38% menos probable que los hispanos hayan consultado al médico en el último año que los no hispanos. Adicionalmente, más de una cuarta parte de los hispanos adultos nunca se han hecho una revisión del colesterol, dos terceras partes de los hispanos mayores de 50 años nunca se han practicado una colonoscopia y cerca del 54% de las mujeres hispanas mayores de 40 años no se han realizado una mamografía en el último año.

El hecho de que una tercera parte de los hispanos en los Estados Unidos no tengan seguro, además de las barreras culturales y del idioma, representa un papel importante en estas diferencias, como lo indica el informe nacional de disparidades en la atención médica (*National Healthcare Disparities Report*) de la AHRQ. Los estudios han encontrado que, con frecuencia, los hispanos están por debajo del promedio de la población en lo referente a acceso a atención preventiva, incluso cuando están asegurados.

La nueva campaña en español presenta a madres y padres comunes cuyos hijos los ven como superhéroes y exhorta a los hispanos adultos a involucrarse más en su salud, especialmente en la atención preventiva. Las investigaciones han demostrado que las personas que se involucran más en su atención médica tienden a presentar mejores resultados de salud. La nueva campaña de los Superhéroes complementa los actuales esfuerzos de la AHRQ dirigidos a ayudar a que los pacientes se involucren más en las decisiones que tienen que ver con su tratamiento médico. Como parte de este esfuerzo continuo, la AHRQ y el Ad Council lanzaron la campaña "Las preguntas son la respuesta" ("Questions are the Answer") en marzo de 2007.

La campaña de los Superhéroes hace énfasis en las labores del Grupo de Trabajo sobre Servicios de Prevención de EE.UU. (U.S. Preventive Services Task Force), auspiciado por la AHRQ, el cual consiste de un grupo independiente de expertos en atención médica primaria y prevención, que recomienda servicios clínicos preventivos y revisa sistemáticamente las evidencias de su eficacia.

"El cuidar de su propia salud, incluyendo visitar al médico para realizarse exámenes preventivos incluso cuando usted se siente saludable, es una manera de mostrar cuánto se interesa por su familia", dijo la directora de la AHRQ Carolyn M. Clancy, M.D. "De esa manera, usted puede continuar siendo un 'superhéroe' como padre o madre, o en cualquier papel que represente para sus seres queridos".

Josefina Carbonell, Sub-Secretaria para los Envejecientes del Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE.UU., declaró: "Estamos satisfechos de estar trabajando con la AHRQ y el Ad Council para comunicar la importancia de la prevención entre los adultos hispanos. Esta campaña complementa los esfuerzos de todo el Departamento de HHS para trabajar en conjunto con organizaciones hispanas nacionales y comunidades locales en todo el país, con el fin de fomentar entre los hispanos la adopción de estilos de vida saludables. Invito a los líderes hispanos de todo el país, así como a empleadores, iglesias y demás, a que nos ayuden a transmitir este crucial mensaje entre los hispanos de todas las edades".

Creada gratuitamente para el Ad Council por la agencia de publicidad Casanova Pendrill, la campaña publicitaria de servicio público incluye nuevas propagandas de televisión, radio, impresas y en la Web que presentan el tema de los "superhéroes". El enfoque de la campaña fue desarrollado a partir de ideas obtenidas a través de la investigación del grupo de enfoque del Ad Council, el cual determinó que la mayoría de hispanos adultos no visitan con regularidad al médico y sólo lo hacen cuando presentan síntomas de enfermedad. Los alegres anuncios exhortan a los hispanos a convertirse en héroes de sus familias buscando la atención médica preventiva que necesitan.

"Esta maravillosa nueva campaña con la AHRQ usa una estrategia divertida y cautivante para exhortar a los hispanos de EE.UU. a ir al médico con mayor frecuencia y realizarse exámenes preventivos. Al compartir estos mensajes con nuestra audiencia objetivo, descubrimos que esta estrategia hace eco en ellos y los motiva, y creo que los anuncios

públicos tendrán un gran impacto", dijo Peggy Conlon, presidente y directora ejecutiva del Ad Council.

La campaña invita a los hispanos adultos a visitar un extenso sitio Web, <http://www.ahrq.gov/superheroes>. Este sitio ofrece consejos para mantenerse saludable y cómo hablar con su médico, recomendaciones sobre exámenes preventivos, ayuda para entender las recetas médicas, un cuestionario y un glosario de términos médicos, así como enlaces a otros recursos que ofrecen información sobre la salud.

Los avisos de servicio público están siendo distribuidos esta semana aproximadamente a 2,500 estaciones de medios en español en todo el país. Según el modelo de medios donado por el Ad Council, todos los nuevos avisos de servicio público saldrán al aire y pasarán en tiempos y espacios donados por los medios. AHRQ aumentará la cobertura de la campaña al solicitar a grupos de defensa de hispanos, empleadores, aseguradoras y demás su ayuda para transmitir estos mensajes a sus audiencias.

AHRQ

La Agencia para la Investigación y la Calidad del Cuidado de la Salud (Agency for Healthcare Research and Quality, <http://www.ahrq.gov>) es parte del Departamento de Salud y Servicios Sociales de EE.UU. (U.S. Department of Health and Human Services). La misión de la AHRQ es mejorar la calidad, la seguridad, la eficiencia y la eficacia de la atención médica para todos los estadounidenses. Las investigaciones de la AHRQ ayudan a la gente a tomar decisiones más informadas y mejoran la calidad de los servicios de atención médica.

El Advertising Council

El Ad Council (<http://www.adcouncil.org>) es un organismo privado sin fines de lucro que organiza talentos de la industria de la publicidad y las comunicaciones, las instalaciones de los medios y los recursos de las comunidades comerciales y sin fines de lucro, para producir, distribuir y promover campañas de servicio público en representación de organizaciones sin fines de lucro y agencias gubernamentales en temas como mejorar la calidad de vida de los niños, la salud preventiva, la educación, el bienestar comunitario, la conservación del medio ambiente y el fortalecimiento familiar.

###