FEMA y el Ad Council emiten nuevos anuncios de servicio público para las comunidades latinas con el mensaje “Prepárese con el fin de proteger”

Release Date: septiembre 23, 2021

Los anuncios de servicio público de la campaña Ready/Listo se lanzan durante el Mes de Preparación Nacional y el Mes de la Herencia Hispana, para involucrar a las comunidades latinas y a otras personas.

WASHINGTON **--** En reconocimiento al Mes de Preparación Nacional y el Mes de la Herencia Hispana (15 de septiembre al 15 de octubre), la Agencia Federal para el Manejo de Emergencias (FEMA, por sus siglas en inglés) y el Ad Council comenzaron hoy una nueva campaña de preparación de anuncios de servicio público (PSA, por sus siglas en inglés) desarrollados específicamente para la comunidad latina, como parte del objetivo de FEMA de aumentar la accesibilidad y el reconocimiento cultural para fomentar la preparación de la nación. Los nuevos PSA “Prepárese con el fin de proteger”, en español e inglés, les informan a las personas que viven en comunidades en todo el país sobre cómo prepararse para los desastres naturales. Es la primera vez que FEMA crea anuncios de servicio público enfocados específicamente en la comunidad latina y complementarán a los demás elementos de la campaña de este año para llegar al público de toda la nación.

Según la Oficina del Censo de Estados Unidos, la comunidad latina es la comunidad de más rápido crecimiento en la nación, creciendo un 23 por ciento durante la última década. Este crecimiento dirigió el enfoque de FEMA para la campaña de preparación de este año, para ayudar a todos los residentes a prepararse de mejor manera para los desastres. FEMA utilizó un acercamiento guiado por datos para identificar y desarrollar mensajes culturalmente relevantes diseñados para resonar con la comunidad latina y animar al público a desarrollar planes de emergencia. Los anuncios enfocados en la población latina buscan

ampliar el compromiso de la comunidad latina con la planificación individual para eventos y logros familiares como un puente para también planificar para los desastres. Esto tiene el objetivo de ayudar a atender una brecha identificada en la Encuesta Nacional de Hogares de FEMA en 2020, la cual demostró que el 98 por ciento de las familias reconocen que al menos un desastre podría impactar el área donde viven, pero menos de la mitad hicieron un plan de emergencia o hablaron con otros sobre la preparación.

“Los desastres trascienden las barreras de idioma y cultura, y así también debería ser la forma en que hablamos de ellos. Nuestra campaña ‘Prepárese con el fin de proteger’ se adentra en la costumbre latina de planificar para los eventos más comunes y especiales, como un puente de conexión al deseo de preparar a sus seres queridos y protegerlos contra los desastres. El poder de esta estrategia es que todos nos visualicemos en este mensaje y establezcamos una conexión directa entre planificar para la vida diaria y planificar para un desastre”, expresó la administradora de FEMA, Deanne Criswell.

Los PSA de la campaña Listo de FEMA se desarrollaron pro-bono por la agencia de publicidad López Negrete Communications, en coordinación con el Ad Council. El Grupo de Recursos de Empleados Hispanos/Latinos de FEMA también fue convocado para ayudar a darle forma a los anuncios. Durante el mes, Listo enfatizará los aspectos únicos de la preparación, incluyendo el hacer un plan de comunicaciones, preparar un kit y enseñarles a las comunidades sobre cómo integrar a sus familias en la preparación para emergencias.

FEMA pone la equidad como prioridad principal y está comprometida con la accesibilidad y con maximizar el reconocimiento cultural en la agencia para comunicarse mejor con todas las culturas. Este nuevo acercamiento en evolución es desarrollado sobre el trabajo de la agencia en promover los esfuerzos de ayudar a las personas que FEMA sirve y a su fuerza laboral, para que comprendan y practiquen la preparación para emergencias.

“Esta campaña única, es un paso en una nueva dirección para nuestra agencia, que está comprometida con poner a las personas primero y llegar a comunidades donde se encuentren. Es nuestro deseo que más personas usen estos recursos para preparase con anticipación a los desastres durante este año”, agregó la administradora Criswell.

“Estamos orgullosos de formar parte de este importante esfuerzo y de tener la oportunidad de elaborar mensajes dirigidos específicamente al público latino de Estados Unidos, tanto en el idioma como en la cultura, teniendo en cuenta las percepciones y el contexto específico hacia nuestra comunidad”, declaró el presidente y director general de López Negrete Communications, Alex López Negrete. “La nuestra, es una comunidad fuerte y resiliente que ha vivido muchos desastres y es experta en la planificación de todo, desde una compleja fiesta de quinceañera hasta una celebración familiar multigeneracional, pero que vive en el 'ahora'. Esta campaña recuerda y anima a nuestro público hispano a tomar esas habilidades y aplicarlas a la preparación para emergencias por el bien de nuestras familias y seres queridos”.

“Cuando se trata de prepararse para desastres, una de las cosas más útiles que puedes hacer es crear un plan de emergencia y hablar sobre este con tu familia. Este trabajo creativo más reciente nos recuerda a todos que la planificación es un paso sencillo que todos pueden dar para ayudar a mantenerse a salvo durante las emergencias”, indicó la directora de desarrollo de campañas del Ad Council, Michelle Hillman.

Estos PSA están basados en las actividades de un mes de duración de la campaña de preparación anual que comenzó con la proclamación del mes por el presidente Biden. La campaña de preparación continúa emitiendo otro contenido creativo para integrar a las comunidades a que promuevan los pasos para prepararse para los desastres y está disponible en una variedad de idiomas para ayudar a todos a tener acceso a información crítica, de supervivencia y seguridad.

Este ciclo de trabajo creativo para la campaña de preparación son los más recientes de los 18 años educando a las comunidades sobre la preparación para desastres y emergencias. Para más información y para comenzar con su plan de emergencia, visite listo.gov/plan o ready.gov/plan.