

La campaña Listo de FEMA celebra su 20.º aniversario y lanza una nueva campaña publicitaria con el Ad Council para instar a los adultos mayores a "tomar el control" al prepararse para emergencias

Release Date: noviembre 16, 2023

WASHINGTON -- En los últimos años, FEMA ha diseñado campañas para satisfacer las necesidades de comunidades específicas, y la campaña Listo de este año se centra en los adultos mayores, en particular en los que tienen recursos económicos limitados, que viven con discapacidades y que viven en zonas rurales. Como parte del objetivo de la campaña Listo de FEMA de empoderar a todas las personas para que tomen medidas que les permitan desarrollar resiliencia ante los desastres, FEMA y el Ad Council lanzaron nuevos anuncios de servicio público hoy desarrollados específicamente para los adultos mayores. En el 20.º aniversario de la campaña, los nuevos [anuncios de servicio público "Tome el Control"](#) animan a los adultos mayores y a sus cuidadores a seguir tres sencillos pasos para prepararse ante una emergencia: 1) evaluar las necesidades, 2) hacer un plan, e 3) involucrar a sus redes de apoyo. Es la primera vez que FEMA crea una campaña para llegar a los adultos mayores con mensajes e información adaptados específicamente para ellos. FEMA también publicó una guía para adultos mayores disponible en [Listo.gov/AdultosMayores](https://www.fema.gov/adultosmayores), cuyo fin es ayudar a las personas a ver el trabajo creativo publicitario y garantizar que el contenido sea accesible para ellos.

“Si bien los adultos mayores pueden ser más vulnerables a las consecuencias de los desastres —especialmente si viven solos, tienen bajos ingresos, padecen alguna discapacidad o viven en zonas rurales— también pueden ser **factores multiplicadores para la preparación**”, dijo la administradora de FEMA, Deanne



FEMA

Page 1 of 3

Criswell. “Animo a todas las personas, especialmente a los adultos mayores, a involucrar sus redes de apoyo en la planificación ante emergencias porque sus amigos, familiares y vecinos dependen tanto de ustedes como ustedes de ellos. También insto a los colaboradores de FEMA, incluidos los que trabajan con los adultos mayores en nuestras comunidades y les prestan apoyo, a que colaboren para reforzar la preparación de este grupo especialmente vulnerable”.

Según la Oficina del Censo de los EE. UU., en 2020 cerca de 1 de cada 6 personas en Estados Unidos tenía 65 años o más. Para satisfacer las necesidades específicas de este creciente segmento de la población, FEMA se reunió con organizaciones dedicadas al cuidado de adultos mayores y el Ad Council organizó grupos de reflexión con adultos mayores para desarrollar nuevos recursos en [Listo.gov/AdultosMayores](https://www.fema.gov/adults) y [Ready.gov/OlderAdults](https://www.fema.gov/olderadults). Estos nuevos recursos incluyen una [Guía de Preparación para Desastres para Adultos Mayores](#), que proporciona hojas de trabajo fáciles de leer y utilizar que orientan a las personas y a los cuidadores a través de una autoevaluación para identificar necesidades específicas y listas de cotejo que crean un plan personalizado.

Los anuncios públicos de la campaña Listo de FEMA fueron desarrollados pro-bono por Lopez Negrete Communications en coordinación con el Ad Council. Sobre la base del trabajo de Listo en el Mes de Preparación Nacional en septiembre, los anuncios de servicio público de este año enfatizan cómo todas las comunidades pueden prepararse para los desastres y amplifican las mejores prácticas para involucrar a sus seres queridos en la preparación ante emergencias utilizando los tres sencillos pasos.

El anuncio de servicio público para adultos mayores de este año sigue la temática de los dos últimos años de esfuerzos centrados en la comunidad, que involucraron a las comunidades negras, afroamericanas y latinas específicamente, así como a la población del país en general en la preparación individual y nacional. Desde su lanzamiento en 2003, la campaña Listo ha generado más de 100 millones de visitas únicas a [Listo.gov](https://www.fema.gov), donde las personas, familias y comunidades pueden aprender a prepararse mejor para los desastres.

“Estamos muy orgullosos de tener una vez más la oportunidad de poner nuestro pensamiento estratégico y nuestros recursos creativos al servicio de esta campaña dirigida a adultos mayores y diversos para FEMA a través del Ad Council”, comentó Alex López Negrete, presidente/CEO de Lopez Negrete



FEMA

Page 2 of 3

Communications. “La investigación realizada sacó a relucir algunas ideas poderosas pero complejas que requerían una activación creativa única. A veces, las personas que han pasado por muchas cosas en la vida se consideran invulnerables y se exponen a riesgos innecesarios cuando se produce una catástrofe, cuando todo lo que hace falta para evitar ponerse en peligro son tres sencillos pasos. Somos optimistas en cuanto a que este trabajo marcará la diferencia a la hora de animar a nuestros adultos mayores a prepararse adecuadamente”.

“Por desgracia, respecto a los desastres, sabemos que no es cuestión de si ocurrirán, sino de cuándo lo harán. Y esto puede ser especialmente devastador para las poblaciones vulnerables”, afirmó la directora de desarrollo de campañas del Ad Council, Michelle Hillman. “Estamos especialmente orgullosos de este nuevo trabajo creativo desarrollado específicamente para enseñar a los adultos mayores a ser proactivos y tomar el control en tres pasos para mantenerse a salvo y prepararse para esos momentos”.

Esta ronda de trabajo creativo es la más reciente en los 20 años de colaboración entre FEMA y el Ad Council para educar a las comunidades sobre los desastres y la preparación ante emergencias. Para obtener más información y empezar a elaborar su plan de emergencia, visite [Listo.gov/plan](https://www.fema.gov/plan) o [Ready.gov/plan](https://www.ready.gov/plan).



FEMA