

Nueva campaña de FEMA y el Ad Council anima a la comunidad negra a "crear un legado que perdura" preparándose para los desastres

Release Date: septiembre 1, 2022

FEMA también visitará Howard University para llevar a cabo una serie de eventos para iniciar el Mes de Preparación Nacional y anunciar la nueva campaña

WASHINGTON -- Como parte del enfoque continuo de FEMA para fomentar la accesibilidad y aptitud cultural para impulsar la preparación de la nación, [los nuevos Anuncios de Servicio Público](#) (PSA, por sus siglas en inglés) fueron desarrollados específicamente para dirigirse a las comunidades negras y afroamericanas y se emitirán en todo el país.

La administradora de FEMA, Deanne Criswell, y el administrador auxiliar, Erik A. Hooks, también visitarán hoy Howard University, miembro fundador del Consorcio de Fuerza Laboral de Manejo de Emergencias de Universidades Históricamente Negras (HBCU, por sus siglas en inglés), para llevar a cabo una serie de eventos que darán inicio al [Mes de Preparación Nacional](#) (enlace en inglés) y anunciarán la nueva Campaña Listo.

Las comunidades negras están en el frente de batalla ante el cambio climático y los fenómenos meteorológicos extremos relacionados con ellos. Un [informe de la Agencia de Protección Ambiental](#) (enlace en inglés) muestra que las poblaciones socialmente vulnerables, incluyendo las comunidades negras y afroamericanas, pueden estar más expuestas a los mayores impactos del cambio climático. Específicamente, debido al calentamiento global, las personas negras y afroamericanas tienen un 10 por ciento más de riesgo de vivir en zonas con los mayores daños proyectados por inundaciones tierra adentro en comparación con



FEMA

Page 1 of 3

las poblaciones de referencia.

“Las comunidades negras y afroamericanas suelen sufrir un impacto desproporcionado por los desastres. Esto es algo que debemos trabajar para cambiar y eso comienza con la forma en que nos preparamos”, dijo la administradora Criswell. “Nuestra campaña Listo de 2022 se dirige directamente a las comunidades que más necesitan nuestra ayuda y que merecen tener acceso equitativo a los recursos de preparación para proteger a las personas y las propiedades. Si seguimos fomentando la accesibilidad y aptitud cultural en nuestros mensajes de preparación, podemos asegurarnos de que todas las personas estén preparadas cuando ocurra un desastre”.

Los nuevos PSA de la campaña *Listo*, titulados “Un legado que perdura”, pretenden ayudar a mitigar estas discrepancias alentando a las comunidades negras a proteger las vidas que han construido y los legados que dejarán a través de la preparación y la preparación para desastres. Estos nuevos PSA se añaden al trabajo que realiza FEMA para fomentar la equidad y garantizar que *todos* reciban la ayuda que necesitan antes, durante y después de los desastres.

“Prepararse para los desastres no sólo consiste en proteger a las personas y las propiedades, sino también en salvaguardar las vidas que hemos construido y el legado que dejaremos a nuestros hijos y a las generaciones futuras”, dijo el administrador auxiliar de FEMA, Erik Hooks. “Con esta campaña, FEMA reafirma nuestro compromiso con la equidad y deja saber alto y claro que todas las comunidades merecen estar protegidas de los peligros”.

Los PSA de la Campaña Listo de FEMA fueron desarrollados gratuitamente por la agencia Creative Theory en coordinación con el Ad Council y estarán disponibles en televisión, radio, prensa y en formato digital y móvil. Durante todo el mes, la campaña *Listo* hará hincapié en aspectos únicos de la preparación, como la elaboración de un plan, la preparación de un kit y la enseñanza a las comunidades sobre cómo involucrar a sus familias en la preparación para emergencias.

“Queremos asegurarnos de que todos los estadounidenses se sientan representados por FEMA y esta más reciente creación”, dijo la directora de desarrollo de campañas del Ad Council, Michelle Hillman. “Este trabajo creativo se basa en la importancia de la familia y nos recuerda que, con preparación, nos



FEMA

Page 2 of 3

podemos asegurar de que nuestro legado pueda sobrellevar cualquier desastre que la vida nos envíe”.

“¡Este es el tipo de trabajo que nos emociona! Nos honra nuestra alianza con FEMA y el Ad Council y hacer historia en la creación de la primera ‘campaña sobre la preparación’ dirigida hacia la comunidad negra”, dijo el cofundador y principal ejecutivo de la agencia Creative Theory, Tamon George. “Nuestro objetivo principal es contar historias reales a través del mercadeo y la publicidad, y esta campaña nos brinda la oportunidad única de crear un trabajo que tenga un impacto tangible en nuestra comunidad, nuestros amigos y nuestra familia”.

Esta serie de trabajos creativos para la campaña *Listo* apoya y amplía las actividades anuales de FEMA durante el Mes de Preparación Nacional para involucrar a las comunidades y promover los pasos para prepararse ante los desastres. El tema del año pasado fue “[Prepárese con el fin de proteger](#)” y fue diseñado para resonar en las comunidades latinas. Como resultado directo de esa campaña, [Listo.gov](#) (la versión en español de [Ready.gov](#)) tuvo un aumento del 500 por ciento en las visitas a la página “Haga un plan” y un aumento del 400 por ciento en las visitas a la página “Prepare un kit”.

Esta es la más reciente serie de trabajo en 19 años de educar al público sobre la preparación para desastres y emergencias. Para más información y para empezar a preparar su plan de emergencia, visite [listo.gov/plan](#) o [ready.gov/plan](#).

