

Campaña Ready promociona preparación para desastres con “Zombieland: Double Tap”

Release Date: Octubre 9, 2019

WASHINGTON — La campaña Ready de FEMA y el Ad Council se unieron a la compañía de producción Sony Pictures en la futura película “Zombieland: Double Tap” para promover el mensaje importante de la preparación para emergencias.

Una década después de la primera película, “Zombieland”, se ha reunido el elenco principal, los escritores originales y el director para realizar “Zombieland: Double Tap”. Como parte del lanzamiento de la séuela, Sony Pictures ha desarrollado para la campaña de Ready un Anuncio de Servicio Público con secuencias filmadas de la película original.

El anuncio y los carteles promocionales presentan a Woody Harrelson, Jesse Eisenberg, Abigail Breslin, Emma Stone, y otros miembros del elenco describiendo lo que las familias deben hacer ahora para prepararse para los desastres. El tema del anuncio es, “Los zombis no planifican con anticipación. Usted si puede. Haga un plan de emergencias”.

Las redes pueden descargar el anuncio en inglés el sitio web [PSA Central de Ad Council](#). El anuncio también está disponible en [Ready.gov](#). Como parte de la promoción, la cuenta de Twitter [@Ready](#) la página de [Ready Facebook](#) estará usando el anuncio para exhortar al público a prepararse para emergencias.

La campaña Ready de FEMA fue lanzada en 2003 como una campaña nacional de servicio al público para educar y empoderar a los americanos a prepararse y responder a emergencias. Ready y la versión en español llamada Listo les pide a las personas realizar cuatro cosas importantes:

1. Mantenerse informados acerca de los diferentes tipos de emergencias que pueden ocurrir y como responder adecuadamente.
2. Hacer un plan de emergencias familiar.



FEMA

Page 1 of 2

3. Preparar un kit de suministros.
4. Involúcrese en su comunidad tomando los pasos necesarios para prepararse ante emergencias-inclusive si eso incluye zombis.

Los nuevos anuncios de servicio público son una extensión de la campaña Ready de FEMA y el Ad Council, la cual ha generado más de 100 millones de visitas en la página [Ready.gov](https://www.ready.gov) desde su lanzamiento en 2003. Por medio del Ad Council, hasta el día de hoy, la campaña Ready ha recibido más de \$1,600 millones en donaciones de los medios de comunicación.

Para más información acerca de que hacer antes, durante y después de emergencias, visite [Ready.gov](https://www.ready.gov).

###

La misión de FEMA es ayudar a las personas antes, durante y después de un desastre. Siga a FEMA en línea en fema.gov/es/blog, www.twitter.com/fema, www.twitter.com/FEMAespanol, www.twitter.com/FEMAPortavoz, Facebook.com/femaespanol, www.listo.gov y www.youtube.com/fema.

Además, siga las actividades del Administrador Interino Pete Gaynor [@FEMA_Pete](https://twitter.com/FEMA_Pete).

Los enlaces de las redes sociales se ofrecen solo como referencia. FEMA no patrocina ninguna página, compañía ni aplicación de internet que no sea del gobierno.



FEMA

Page 2 of 2