



Los CDC y la AMA se asocian con el Ad Council para promover la vacunación contra la influenza con el fin de reducir muertes y hospitalizaciones durante la pandemia de COVID-19

Muchas personas en los Estados Unidos, entre ellas, casi el 40 % de los adultos de raza negra y latinos o hispanos, están indecisos sobre la vacunación contra la influenza esta temporada. Los expertos advierten que una temporada de influenza intensa durante la pandemia de COVID-19 podría ser devastadora.



NUEVA YORK, 6 de octubre de 2020 -- El Ad Council, la AMA (por sus siglas en inglés, American Medical Association), los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) y la Fundación de los CDC anunciaron hoy una nueva campaña, *Nadie Tiene Tiempo para la Influenza*, para alentar a las personas en los Estados Unidos a vacunarse contra la influenza. En una temporada normal, hasta 45 millones de personas en este país se enferman de influenza y hasta 810 000 son hospitalizadas. La campaña busca animar a más personas a vacunarse contra la influenza para protegerse a sí mismas, a sus familias y a sus comunidades, algo que también ayudará a conservar los recursos médicos mientras los hospitales y los médicos continúan atendiendo a los pacientes con COVID-19.

La presidenta de la AMA, la Dra. Susan R. Bailey, expresó:

"La vacuna contra la influenza es un paso seguro y eficaz que los médicos y los expertos en salud pública recomiendan para proteger a los pacientes y sus seres queridos de la influenza. El impacto potencial de una mala temporada de influenza durante la pandemia de COVID-19 podría suponer una carga adicional para los recursos médicos, por lo que estamos formando un equipo para urgir a todas las personas a vacunarse contra la influenza este otoño y así ayudar a prevenir los casos de influenza estacional".

El director de los CDC, el Dr. Robert R. Redfield, expresó:

"En la medida en que las personas en los Estados Unidos pasen más tiempo en interiores en otoño e invierno, aumentará el riesgo de influenza y COVID-19. Podemos ayudar a eliminar la influenza de esa ecuación si logramos que las personas se vacunen. Estamos centrando nuestros esfuerzos especialmente en las comunidades de color, que soportan una carga desproporcionada en términos de enfermedades graves de influenza y que continúan experimentando disparidades en la cobertura de vacunación contra esta enfermedad. Insto al público en los Estados Unidos a vacunarse contra la influenza para ayudar a protegerse a sí mismos, a sus familias y a sus comunidades. Para decirlo de manera simple: la vacuna contra la influenza puede salvar vidas".



La campaña *Nadie Tiene Tiempo para la Influenza* se implementará en todo el país durante la temporada de influenza 2020-2021, con un énfasis particular en la participación de las comunidades de raza negra y latinas o hispanas. Las desigualdades de larga data que imponen una carga y barreras indebidas a estas comunidades han dado como resultado disparidades en la cobertura de la vacuna contra la influenza y efectos desproporcionados de la influenza.

- Según las estimaciones de los CDC con respecto a la temporada de influenza 2019-20, los adultos latinos o hispanos tuvieron la cobertura más baja de vacunación contra la influenza (38,3 %), seguidos por los adultos de raza negra (41,2 %). Los adultos de raza blanca tuvieron la cobertura más alta de vacuna contra la influenza (52,8 %).
- Un nuevo análisis de los CDC de 10 temporadas de influenza del 2009 al 2019, con ajuste por edad, reveló que las personas de raza negra tenían las tasas más altas de hospitalización por influenza (68 por cada 100 000) en comparación con las personas latinas o hispanas (44 por cada 100 000) y las personas de raza blanca (38 por cada 100 000).

Además, una encuesta de julio del 2020 realizada por el Ad Council reveló que el 40 % de los encuestados de raza negra y el 39 % de los latinos o hispanos estaban indecisos acerca de vacunarse contra la influenza esta temporada, en comparación con solo el 24 % de los encuestados de raza blanca no hispanos.

La presidenta y directora ejecutiva del Ad Council, Lisa Sherman, expresó:

"Aunque hay muchos factores que pueden contribuir a la duda acerca de recibir una vacuna contra la influenza, nuestra investigación reveló que una barrera clave es que muchas personas no ven la necesidad de hacerlo. Nuestra campaña cuestionará esa forma de pensar al mostrar cómo vacunarse contra la influenza es una forma sencilla de protegernos a nosotros mismos y a nuestras familias, un objetivo que ha adquirido nueva urgencia en medio de la pandemia".

Los anuncios de la campaña *Nadie Tiene Tiempo para la Influenza* fueron creados en forma gratuita por la agencia de publicidad fluent360 y aparecerán en formatos impresos, televisivos, radiales, digitales, en redes sociales y fuera del hogar en todo el país en tiempos y espacios donados por los medios. Inspirada en la idea de que las personas están motivadas por el cuidado de sus seres queridos, y que muchos están haciendo malabarismos con más responsabilidades que nunca este año, la campaña ilustra cómo contraer influenza no solo significa sentirse enfermo, sino que podría alterar significativamente la vida de las personas y sus familias.

El director creativo ejecutivo de fluent360, José Suaste, expresó:

"Estoy muy contento de que no solo hayamos creado algo que beneficia a la comunidad multicultural, sino que también pudimos abordar este tema con una nueva perspectiva y centrarnos en lo que la gente realmente valora: el tiempo y sus seres queridos".

Los CDC recomiendan que todas las personas a partir de los 6 meses de edad (con raras excepciones) se vacunen contra la influenza cada año, idealmente antes de finales de octubre, cuando la influenza aún no se está propagando en la mayor parte del país. Cada año, los CDC y la AMA realizan una variedad de esfuerzos para aumentar la cantidad de personas que reciben una vacuna contra la influenza, y esta temporada, eso incluye trabajar con los consultorios médicos y las farmacias para tomar medidas para garantizar que las vacunas se puedan administrar de manera segura durante la pandemia de COVID-19.

Los anuncios de la campaña indican a la audiencia que se debe visitar [VacunateContraLaInfluenza.org](https://www.vacunatecontraalinfluenza.org) para obtener más información, como, por ejemplo, los lugares donde se puede recibir la vacuna contra la influenza en cada área.

Acerca de la AMA

La AMA (por sus siglas en inglés, American Medical Association) es el poderoso aliado de los médicos en la atención al paciente. Como la única asociación médica que reúne a más de 190 sociedades médicas estatales y especializadas, y otras partes interesadas críticas, la AMA representa a los médicos



en una sola voz para todos los actores clave en la atención médica. La AMA aprovecha su fuerza eliminando los obstáculos que interfieren con la atención al paciente, liderando para prevenir enfermedades crónicas y enfrentar crisis de salud pública, e impulsando el futuro de la medicina para abordar los mayores desafíos en la atención médica.

Acerca del Ad Council

El Ad Council es el punto donde las causas y la creatividad convergen. La organización sin fines de lucro reúne a las mentes más creativas en publicidad, medios, tecnología y *marketing* para abordar muchas de las causas más importantes de la nación. El Ad Council ha creado muchas de las campañas más emblemáticas de la historia de la publicidad: Friends Don't Let Friends Drive Drunk (Los Amigos No Permiten que sus Amigos Conduzcan Ebrios), Smokey Bear, Love Has No Labels (El Amor No Tiene Etiquetas).

Las innovadoras campañas de bienestar social del Ad Council crean conciencia, inspiran acciones y salvan vidas. Para obtener más información, visite AdCouncil.org, siga a las comunidades del Ad Council en [Facebook](#) y [Twitter](#), y vea las creaciones en [YouTube](#).

Acerca de fluent360

fluent360 revela el poder de la influencia cultural para las marcas líderes. Brindamos soluciones creativas excepcionales con un equipo de especialistas verdaderamente diverso, una amplia competencia cultural y una cartera de trabajo que representa a los principales segmentos del mercado multicultural. Con un centro cultural y de *marketing* igualmente importantes, somos los principales expertos en cultura y conectamos las marcas con ella. Como agencia multicultural y con múltiples talentos, ofrecemos un espectro completo de servicios de comunicación desde nuestras oficinas de Chicago, Nashville y Nueva York. Conozca más en fluent360.com.

CONTACTO: Contacto de prensa de la AMA, Kelly Jakubek, kelly.jakubek@ama-assn.org, 312-464-4443; contacto de prensa del Ad Council, Margaret Files, mfiles@adcouncil.org; contacto de prensa de fluent360, Bria Purdiman, bpurdiman@fluent360.com