

RESUMEN DE MENSAJE PARA LA AUDIENCIAS HISPANA RESUMEN CREATIVO

HISTORIAL

El Ad Council y COVID Collaborative están liderando una campaña de comunicación masiva para educar y generar confianza al público estadounidense en torno a las vacunas contra el COVID-19. Guiada por las mentes líderes en salud y medicina e impulsada por los mejores talentos del sector privado, la Iniciativa de educación sobre la vacuna contra el COVID-19 está diseñada para llegar a diferentes audiencias, incluidas las comunidades de color que se han visto afectadas de manera desproporcionada por el COVID-19.

OBJETIVO PARA LA AUDIENCIA¹

Genere confianza hacia las vacunas entre los adultos hispanos al empoderar a las personas a obtener las respuestas necesarias, superar mitos e información equivocada y así tomar una buena decisión para protegerse a sí mismos y a sus seres queridos.

LA RAÍZ DE LA DESCONFIANZA EN LA AUDIENCIA²

- Preocupaciones sobre la seguridad y los efectos secundarios de la vacuna contra el COVID-19, impulsadas por la velocidad del proceso de desarrollo clínico y la novedad de las vacunas.
- Deseo de más información para ayudar a tomar una decisión más informada.
- Desconfianza en los motivos políticos y económicos del gobierno y las corporaciones.

COMUNIDAD HISPANA CON DUDAS^{1 2}

Demografía	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor indecisión entre las mujeres hispanas • Mayor probabilidad de ser empleado como trabajador esencial • Mayor probabilidad de que resida en un hogar multigeneracional • Menor probabilidad de tener acceso a atención médica de alta calidad
Ideología	<ul style="list-style-type: none"> • Es menos probable que confíe en el gobierno • Es más probable que asista regularmente a servicios religiosos • Es menos probable que sientan que han recibido información adecuada sobre el COVID-19
Preocupaciones únicas	<ul style="list-style-type: none"> • Algunos hispanos indocumentados tienen una preocupación especial sobre la accesibilidad de las vacunas • Para muchos, el costo de las vacunas es lo más importante

¹Encuesta nacional realizada a través de IPSOS; 14 al 21 de diciembre del 2020 | n = 1.992 adultos mayores de 18 años

²Entrevistas cualitativas realizadas a través de Ahzul Research; 8-18 de diciembre del 2020 | n = 8 adultos 25-60

RESUMEN DE MENSAJE PARA LA AUDIENCIAS HISPANA RESUMEN CREATIVO

INFORMACIÓN SOBRE LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A partir de julio del 2021, a crecido la necesidad de llegar a los adultos hispanos menores de 35 años.

GUIA CREATIVA

- Dirija con empatía y respeto a las personas que tienen preguntas o preocupaciones reales.
- Inculcar que las vacunas son una forma de ayudar a las personas a protegerse a sí mismas y a sus seres queridos.
- Respete la independencia de las personas y animelas a tomar una decisión informada.
- Adquiera confianza siendo honesto y transparente cuando sea apropiado.
- Balancee la información racional con el lado emocional de los momentos que todos extrañamos.
- Dé la bienvenida a las preguntas de las personas y orientelas a la información más reciente y clara.
- Perspectivas creativas específicas de la audiencia hispana³
 - o Use imágenes de festividades íntimas compartidas entre familiares y amigos, incluyendo a personas hispanas y de múltiples generaciones.
 - o La audiencia aprecia la idea de que “personas reales” participen en la comunicación relacionada con la vacuna y los conceptos que “ponen a todos al mismo nivel”.
 - o Continuar centrándose en la información analizada para superar los mitos y conceptos erróneos que predominan sobre las vacunas y el COVID-19.

RESUMEN DE MENSAJE PARA LA AUDIENCIAS HISPANA RESUMEN CREATIVO

PLATAFORMA CREATIVA

It's Up to You (De Ti Dependes)

es una idea sencilla que puede inspirar acciones brillantes. Es un modelo que permite una integración independiente de esfuerzos en comunicación. Creemos que unirse bajo este concepto creativo de código abierto fortalecerá el mensaje de comunicación clave e inspirará a las personas a aprender más sobre las vacunas contra el COVID-19.



- CTA (Llamada a la acción):
 - o Inglés: Visit [GetVaccineAnswers.org](https://www.getvaccineanswers.org) for all the latest information.
 - o Español: Para obtener la información más reciente, visita [DeTiDepende.org](https://www.detidepende.org).
- URL: [GetVaccineAnswers.org](https://www.getvaccineanswers.org) and [DeTiDepende.org](https://www.detidepende.org)
- La plataforma se relaciona con la mentalidad actual, destaca las conexiones sociales y brinda a las personas una opción personal para tomar una decisión informada.

MENSAJES QUE DEBEN EVITAR

- Negatividad, miedo y recordatorios de lo difícil que ha sido la pandemia.
- Inculcar el recibir una vacuna como "lo correcto".
- Prometer que recibir una vacuna "cambiará" y pondrá fin a la pandemia de inmediato.
- Usar "volver a la normalidad" cuando las cosas jamás serán normales para ciertas personas - enfóquese en "volver a la vida" o "volver a los momentos que extrañamos" como lo más convincente

MENSAJEROS DE CONFIANZA⁴

- Los médicos expertos y los proveedores de salud comunitarios son generalmente las fuentes más confiables. Un llamado a la acción para "vacunarse" es mejor si solo proviene de estas fuentes.
- La información de boca en boca es importante para construir un consenso cultural. Aunque los médicos son los más confiables para dar la información médica, otros miembros de la comunidad, amigos y familiares aún pueden desempeñar un papel clave para aumentar la confianza en torno a las vacunas.
- Las celebridades pueden ser útiles para ampliar el apoyo, sobre todo cuando brindan una plataforma a los médicos expertos para ayudar a compartir información educativa (pero manténgase alejado de las celebridades que le dicen a la gente qué hacer).
- Instituciones como los CDC aún gozan de credibilidad, pero puede ser igual de eficaz centrarse en médicos expertos de confianza. La fe en el gobierno y la industria farmacéutica es generalmente baja en este momento.

⁴Encuesta nacional realizada a través de IPSOS; 15-21 de diciembre del 2020 | n = 1.038; adultos reacios a las vacunas