Contactos para los medios de comunicación:
USDA, Carol Blake, 202-720-9113, Carol.blake@fsis.usda.gov
FDA, Stephanie Yao, 301-796-0394, stephanie.yao@fda.hhs.gov
CDC, Christine Pearson, 404-639-3286, boy3@cdc.gov
The Ad Council, Ellyn Fisher, 212-984-1964, efisher@adcouncil.org
JWT New York, Kenneth Hein, 212-210-6078, Kenneth.hein@jwt.com

Vilsack, Secretario del USDA y Sebelius, Secretaria de HHS, Lanzan la Primera Campaña Nacional en Conjunto, con Múltiples Medios de Comunicación, para Ayudar a Familias a Prevenir el Envenenamiento por Alimentos

CDC estima que cada año uno de cada seis personas en los Estados Unidos se enferma por el envenenamiento por alimentos

WASHINGTON DC, 28 de junio del 2011 – El Ad Council está uniéndose al Servicio de Inocuidad e Inspección de Alimentos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, en asociación con la Administración de Drogas y Alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) y los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en ingles), a debutar la primera campaña nacional en conjunto para servicio público, para ayudar a las familias a prevenir el envenenamiento por alimentos en el hogar.

La campaña *Familias que Preparan Alimentos Adecuadamente* fue anunciada esta mañana por Tom Vilsack, Secretario del USDA, y Kathleen Sebelius, Secretaria de HHS, justo a tiempo para el 4 de julio, cuando muchas familias celebran con alimentos, y para el comienzo del verano, cuando las enfermedades transmitidas a través de los alimentos aumentan. Es también un tiempo cuando muchas enfermedades transmitidas a través de alimentos comienzan a aumentar debido a las comidas preparadas al aire día y otros factores que aumentan los riesgos de las bacterias causantes de enfermedades en alimentos.

Las enfermedades transmitidas a través de los alimentos, también conocidas como el envenenamiento por alimentos, son una amenaza seria hacia la salud pública en los Estados Unidos. El CDC estima que este año aproximadamente 1 de cada 6 personas en los Estados Unidos (48 millones) sufrirá de enfermedades transmitidas a través de alimentos, resultando en casi 128,000 hospitalizaciones y 3,000 muertes. Mientras que el USDA, HHS, y otras agencias del gobierno federal están dedicadas a proteger a los consumidores, estableciendo y haciendo cumplir normas para la inocuidad de los alimentos, es también responsabilidad del gobierno federal el proveerle a los consumidores información importante en cómo manejar los alimentos adecuadamente en el hogar.

La campaña *Familias que Preparan Alimentos Adecuadamente* fue creada por la agencia de publicidad JWT New York, y pretende aumentar conciencia sobre los riesgos asociados con las enfermedades transmitidas a través de los alimentos y educar a los consumidores, especialmente a padres y madres, en seguir acciones específicas para reducir su riesgo personal. Con el uso de representaciones humorísticas de las cuatro claves para manejar alimentos adecuadamente, los anuncios de servicio público (PSAs, por sus siglas en inglés) exhortan a padres y madres mantener sus familias más protegidas contra las enfermedades transmitidas a través de los alimentos y ofrecen pasos simples para reducir sus riegos. Se les exhorta a la audiencia el lograr y seguir los siguientes comportamientos para un manejo adecuado de alimentos:

- **Limpiar:** Lávate las manos, lava utensilios y superficies de cocina con agua y jabón mientras preparas los alimentos.
- **Separar:** Separa carnes crudas de otros alimentos usando diferentes tablas de cortar.
- **Cocinar:** Cocina los alimentos a la temperatura adecuada usando un termómetro para alimentos.
- **Enfriar:** Enfría alimentos crudos y preparados lo antes posible.

El lanzamiento de la campaña del Ad Council vienen en un momento de gran atención a temas en inocuidad alimentaria, cuando familias en los Estados Unidos están buscando información clara y concisa en cómo mejor proteger a sus seres queridos", dijo Tom Vilsack, Secretario de Agricultura. "Asegurando que los alimentos estén inocuos es una prioridad principal para el USDA y trabajamos cada día con la industria de carnes y aves, en las mejores prácticas a seguir para reducir los posibles riesgos. La campaña del Ad Council tiene la posibilidad de generar exposición nacional sin precedentes hacia temas en inocuidad alimentaria y en la prevención de enfermedades transmitidas a través de alimentos".

Nuestra estrategia en inocuidad alimentaria esta basada en prevenir problemas con el manejo de alimentos, y estos esfuerzos deben comenzar en donde se producen los alimentos y continuar en donde los alimentos se procesan y comercializan", dijo Kathleen Sebelius, Secretaria de HHS. "Los consumidores también juegan un papel importante en prevenir los problemas envueltos en el manejo de alimentos, al preparar y almacenar alimentos en el hogar. Esta campaña les ayudará a los consumidores a entender su papel en la inocuidad de alimentos de la granja hasta la mesa".

La campaña nacional envuelve publicidad en inglés y español por televisión, radio y materiales impresos y por la red electrónica (web), como también un programa de medios sociales comunicación. El programa incluye una nueva página *Facebook* de FoodSafety.gov y difusión de información a través de FoodSafety.gov Twitter (y Twitter En Espanol), enfatizando "Ve tus pasos". Todos los elementos de la campaña dirigen al público hacia el recientemente hacia FoodSafety.gov, actualizado en inglés (www.foodsafety.gov) y en español (www.foodsafety.gov/espanol), en dónde pueden encontrar procedimientos en el manejo adecuado de alimentos. Los consumidores también pueden acezar "Pregúntele a Karen", una

base de datos electrónica que contiene casi 1,500 preguntas y respuestas en la prevención de enfermedades transmitidas a través de alimentos.

Cuando se trata de inocuidad alimentaria, nuestra prioridad primordial es la prevención," dijo la Dra. Elisabeth Hagen, Subsecretaria de Inocuidad Alimentaria del USDA. "Sabiendo los riesgos de las enfermedades transmitidas a través de los alimentos nunca será cero, es importante para nosotros regar la voz hacia los consumidores de que ellos pueden hacer".

En USDA, nuestro enfoque principal es la prevención de enfermedades transmitidas a través de los alimentos, asegurándonos de que la industria provea alimentos sanos. Y actualmente estamos buscando maneras de mejorar este sistema.

- En los pasados 15 años, las enfermedades causadas por *E. coli* O157:H7 se han cortado por la mitad, en gran parte por las normas comenzadas por el USDA para la inocuidad en la carne de res.
- Bajo el manejo de esta administración, hemos cumplido con el objetivo en la iniciativa "Healthy People 2010" para las tasas de enfermedades causadas por *E. coli*
- Nuestra administración ha introducido estándares de desempeño más estrictos para *Salmonella* y por primera vez, estándares para *Campilobacter* en las carne provenientes de aves.
- Y en esta administración del FDA, se están presentando la implementación de reformas radicales, aprobadas como parte del "Food Safety Modernization Act".

Estamos orgullosos de unirnos con el USDA y el gobierno federal en su primera campaña del Ad Council dirigida para ayudar a padres y madres de familias a proteger contra las enfermedades transmitidas a través de los alimentos," dijo Peggy Conlon, presidente y CEO del Ad Council. La educación al consumidor enfocada en buenas prácticas de manejo y preparación adecuada de alimentos es esencial y estos nuevos anuncios, como también su divulgación por los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, ayudarán a motivar a los consumidores a tomar los pasos necesarios para mantener sanos a sus familiares".

El Ad Council está distribuyendo los nuevos PSAs a más de 33,000 canales de medios de comunicación a través de la nación. Los anuncios saldrán al aire y correrán durante tiempo y espacio publicitario donado por los medios de comunicación. Varias compañías de medios de comunicación están comprometidas a apoyar los PSAs desde antes de su lanzamiento. Por ejemplo, *Meredith Corporation Local Media Group* y *Parade* estarán apoyando los PSAs durante los próximos meses.

La meta de la campaña es el educar a las personas en los Estados Unidos en cómo exactamente preparar los alimentos, pero lo hace de una manera entretenida y memorable", dijo Bill Oberlander, Director Creativo Ejecutivo de JWT. "Creemos que estas metáforas hiperbólicas en las cuatro maneras de mantener a tu familia a salvo hacen un buen trabajo".

El Ad Council ha estado trabajando con el USDA en campañas de anuncio público por más de 65 años, comenzando con la campaña para prevenir incendios forestales, con Smokey Bear en 1994. Además, han colaborado con los esfuerzos hacia una educación nutricional y la prevención de obesidad en niños.

USDA
El Servicio de Inocuidad e Inspección de Alimentos del USDA (www.fsis.usda.gov) es la agencia reguladora de salud en USDA responsable de asegurar que las carnes, aves y productos de huevo procesados estén inocuos, libre de enfermedades y correctamente etiquetados. Para cumplir con esto, el FSIS emplea un personal de aproximadamente 7,600 inspectores, quienes ejercen "Meat Inspection Act", "Poultry Prouducts Act", y "Egg Products Inspection Act". Durante el año fiscal 2010, el personal de inspección del FSIS aseguró que los requerimientos de salud pública se cumplieran, inspeccionando 147 millones de cabezas de ganado, nueve billones de canales de ave, y 2.6 billones de libras de productos de huevo procesados. El FSIS también condujo ocho millones de procedimientos de inocuidad alimentaria y de defensa para verificar que los sistemas en todos los establecimientos Federales cumplieran con los requerimientos para salubridad e inocuidad alimentaria.

FDA
El FDA, una agencia del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EEUU, protege la salud pública asegurando la inocuidad, efectividad, y seguridad de medicamentos para humanos y animales, vacunas para humanos y otros productos biológicos para uso humano, y aparatos para uso médico. La agencia es también responsable de la inocuidad y seguridad del suministro alimentario de la nación, cosméticos, suplementos dietéticos, y productos que proveen radiación electrónica, y también regula los productos de tabaco.

CDC
CDC trabaja 24/7 para salvar vidas, proteger a las personas de peligros hacia la salud, y ahorra dinero, resultando en una nación más segura. CDC usa ciencia y prevención en acción para hacer que las opciones saludables sean la opción más fácil. CDC ayuda a las personas a vivir una vida más duradera, saludable y productiva.

El Ad Council
El Ad Council (www.adcouncil.org) es una organización sin fines de lucro, privada, que reúne talento de industrias en el campo de la comunicación y publicidad, facilidades de medios de comunicación, y recursos de otros negocios o comunidades sin fines de lucro para producir, distribuir y promover campañas de servicio público por parte de organizaciones sin fines de lucro y agencias de gobierno en aéreas de gran preocupación como el mejorar la calidad de vida para niños, proteger al salud, educación, bienestar de la comunidad, preservación ambiental y para fortalecer las familias.

JWT New York
JWT es la marca más conocida en el mundo de la publicidad. Con sede central en New York, JWT es una verdadera red global con más de 200 oficinas en sobre 90 países, y empleando casi 10,000 profesionales publicitarios.

JWT, consistentemente se encuentra entre las redes globales más conocidas en el mundo y su presencia continúa dominando en la industria, permaneciendo a la vanguardia- desde producir el primer anuncio de televisión en 1939, hasta desarrollar contenido de anuncios para marca comercial ganadoras de premio, como las marcas Freixenet, Ford, y HSBC.

El espíritu pionero de JWT permite que la agencia funde relaciones fuertes con clientes, incluyendo Bayer, Bloomberg, Cadbury, Diageo, DTC, Ford, HSBC, Johnson & Johnson, Kellogg's, Kimberly-Clark, Kraft, Microsoft, Nestlé, Nokia, Rolex, Royal Caribbean, Schick, Shell, Unilever, Vodafone, y muchas otras. La empresa matriz de JWT es WPP (NASDAQ: WPPGY).