



Sanidad lanza una campaña para sensibilizar sobre cómo llevar a cabo los encuentros familiares esta Navidad

La pieza audiovisual representa una cena navideña protagonizada por la misma familia de la campaña 'El último regalo'

La Consejería de Sanidad del Gobierno de Canarias pone en marcha desde hoy viernes una campaña publicitaria para concienciar a la ciudadanía sobre cómo deben realizarse los almuerzos y las cenas navideñas con total seguridad, reduciendo los riesgos de contagio por COVID-19 y la aparición de brotes en el ámbito familiar.

Con esta iniciativa la Consejería busca hacer hincapié en las medidas sanitarias establecidas para mantener encuentros familiares y sociales seguros durante las próximas fiestas navideñas. En este sentido, recuerda que los principales brotes de contagios por COVID-19 que se están produciendo en Canarias se han registrado en encuentros de familias y de amigos y en el ámbito laboral, que suelen tener, además, ramificaciones entre ellos.

Nueva campaña

La pieza audiovisual muestra a la misma familia que protagonizó la campaña 'El último regalo' que en esta ocasión se reúne para celebrar una cena en Navidad siguiendo todas las recomendaciones para prevenir contagios por COVID-19.

Así, vemos que los comensales guardan las distancias de seguridad sentados a la mesa, abren la ventana para que haya ventilación en el comedor y una de las hijas del protagonista, no conviviente del núcleo familiar, no acude a la cena para evitar exponer al resto al virus, pero anuncia, al final del spot, que el próximo año habrá un miembro más en la familia, mostrando una fotografía de su ecografía.

El anuncio concluye con el mensaje "Por los que estuvieron. Por los que están. Por los que estarán".

Medidas de prevención

La Consejería de Sanidad insiste en la importancia de mantener las medidas de seguridad como son la correcta higiene de manos, guardar la distancia interpersonal de 1,5 metros, el uso de mascarillas, la ventilación de los espacios en ambientes cerrados.

Las recomendaciones incluyen mantener la distancia en todo momento, incluido en la mesa durante el almuerzo o cena, entre las personas no convivientes y sólo retirar la mascarilla en el momento de comer y beber, ya que el mayor riesgo se produce en el momento en el que las personas se encuentran desprotegidas.

Además, es importante saludarse sin mantener contacto físico, mantener la separación en la mesa entre no convivientes, realizar una adecuada higiene de manos, no compartir utensilios, ni picar del mismo plato, brindar sin chocar las copas para evitar el contacto y que las sobremesas sean lo más breve posible para reducir el riesgo de transmisión del coronavirus.

Éxito precedente

La realización de esta campaña corre a cargo de la Agencia Mientras Tanto, responsable, también, de la acción previa 'El último regalo', que viene de ganar recientemente un bronce en el certamen El Ojo de Iberoamérica, el premio a la 'mejor campaña Institucional' realizada para o por una administración pública u organismo oficial en la X edición del festival Premios Agripina, donde también se hizo con el premio a la mejor campaña.



'El último regalo' ha obtenido, desde su primera emisión, 27 millones de visualizaciones totales, más de 70 millones de personas alcanzadas y más de 200 apariciones en medios de comunicación en 15 países de todo el mundo. Se ha convertido en un fenómeno viral que ha generado debate internacional en las redes sociales y en los medios de comunicación tanto de España como de otros países europeos y de Latinoamérica.

[Enlace](#) para descargar el spot de la campaña de Navidad.

[Enlace](#) para descargar el spot El último regalo.