

En el marco de la campaña de publicidad *No te Saltes la vida* presentada esta semana por la presidenta Isabel Díaz Ayuso

---

## La Comunidad de Madrid divulga mensajes de impacto para concienciar a los jóvenes sobre el cumplimiento de la normativa COVID-19

- Incluye la emisión de cuñas en Spotify con el mensaje *No es por cortar el rollo, es por cortar el contagio. Hoy salir de fiesta, mata*
- A través del canal YouTube se emitirán tres spots en los que se ha falseado el botón de 'saltar anuncio', para advertir de que las medidas sanitarias no son 'saltables'
- El SUMMA 112 y el Hospital Puerta de Hierro de Majadahonda han colaborado en los anuncios dirigidos a la población en general

**21 de noviembre de 2020.-** La Comunidad de Madrid difunde mensajes de impacto dirigidos a la población juvenil para concienciarla sobre el cumplimiento de la normativa sanitaria para hacer frente al COVID-19. Estos anuncios se enmarcan en la campaña de publicidad *No te saltes la Vida*, presentada el pasado lunes por la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso.

La campaña se centra en tres medidas preventivas frente al coronavirus: el cumplimiento de la cuarenta en caso de ser positivo o contacto; la ventilación frecuente en establecimientos cerrados, y el cumplimiento de la normativa relativa a fiestas o reuniones, que no pueden sobrepasar las seis personas.

Entre otras acciones de la campaña de creatividad dirigida a la población joven destaca la emisión de cuñas en la plataforma audiovisual *Spotify*, que aparecerán en las listas más escuchadas de la música de moda, como el *reggaetón*, y a partir de las doce de la noche para advertir de las fiestas o de las reuniones que no deben exceder de seis personas. Las cuñas, inspiradas en grandes éxitos musicales y con jerga juvenil, se cierran con el mensaje: *No es por cortar el rollo, es por cortar el contagio. Hoy salir de fiesta, mata*.

Además, se ha creado una línea específica en el canal audiovisual YouTube con tres spots de seis segundos, en los que se ha falseado el botón de 'saltar anuncio', para dejar claro que las medidas sanitarias no son 'saltables': el uso

de mascarilla, mantener la distancia de seguridad y no realizar fiestas ni acudir a reuniones de más de seis personas.

La campaña contiene también gráficas para soportes de exterior en gran formato, expuestas en las estaciones de Metro de Moncloa y Ciudad Universitaria y en la de Cercanías de Cantoblanco, zonas de una gran concentración de población juvenil. También se han preparado banners y carteles en todas las universidades y colegios mayores de la Comunidad de Madrid, inspirado uno de ellos en los anuncios de clases particulares con la pregunta: *¿Quién se la coge hoy?*, donde la respuesta aparece en las diferentes pestañas recortables: tu abuela, tu padre, tu pareja, tu hermana, tu vecino. El anuncio incluye el mensaje *Si te saltas las medidas, lo paga quien más quieres*.

## **PARTICIPACIÓN DE SANITARIOS**

Por otro lado, los anuncios que se presentaron esta semana en el marco de la campaña *No te saltes la vida*, han contado con la participación de profesionales del SUMMA 112 y del Hospital Universitario Puerta de Hierro de Majadahonda, que han prestado además sus instalaciones para su preparación.

Por parte del SUMMA 112, un total de cinco profesionales sanitarios (una médico, un enfermero y tres técnicos de Emergencias Sanitarias), con una UVI móvil y un Vehículo de Intervención Rápida, participaron en el rodaje de un anuncio que pretende sensibilizar sobre la necesidad de realizar una correcta ventilación de los espacios cerrados cuando se producen reuniones. En el vídeo, una mujer es trasladada intubada a las urgencias de un hospital por parte de un equipo de emergencias del SUMMA 112 en una UVI móvil.

Los otros dos spots se centran en la necesidad de cumplir las cuarentenas y el número limitado de personas en reuniones sociales o familiares. Profesionales sanitarios del Hospital Puerta de Hierro Majadahonda colaboraron en la grabación. También asesoraron al equipo de producción para que las imágenes mostradas fueran lo más cercanas a la realidad diaria de las unidades de cuidados intensivos.

Los materiales informativos de esta campaña de publicidad, así como las recomendaciones preventivas básicas frente al COVID-19, están disponibles en el enlace del portal web oficial de la Comunidad de Madrid [www.comunidad.madrid/coronavirus](http://www.comunidad.madrid/coronavirus).