**Turismo adapta a los jóvenes su campaña de concienciación mostrando las consecuencias directas de estar sin turistas**

* **La consejera Yaiza Castilla señala que con esta segunda oleada se pretende llegar de forma directa a un público mucho más joven con un formato de nueva generación para dispositivos móviles y redes sociales y en las que se pone el foco en las oportunidades que se pierden y se pide su colaboración con actitudes responsables frente a la Covid.**

La campaña “Qué bien se está sin turistas… ¿seguro?” lanzada por Turismo de Canarias hace dos semanas, ha conseguido llegar a más de 470.000 usuarios de plataformas digitales a través de su pieza principal, un video, que hasta el momento ha registrado cerca de 98.000 visualizaciones y que pretende implicar a la población para controlar el índice de contagios.

La consejera de Turismo, Industria y Comercio de Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, destaca que esta acción se ha diseñado en dos fases, donde la primera estaba dirigida a un público genérico, y la segunda, que comienza ya, se ha segmentado para llegar a un target de entre 18 y 25 años, “en nuestro propósito de concienciar a este público más joven de la importancia de su colaboración para llegar a un límite de contagios aceptable para que nuestros mercados emisores se planteen reajustar sus medidas”.

En esta línea se ha apostado por un formato publicitario de nueva generación precisamente porque los jóvenes consumen contenidos de otra manera mucho más dinámica en sus dispositivos móviles. En concreto, se trata de unas piezas que con una creatividad muy novedosa tiene un enfoque pedagógico a modo de documental pero resumido en tan sólo un minuto y medio. Es un material con objetivo didáctico que ayuda a romper recelos al mismo tiempo que incluye información argumentada con un tono y estilo que conecta con los jóvenes, donde se combina el estilo gráfico y fotográfico, con mensajes directos y fáciles de entender unido a un ritmo y montaje dinámico.

Se espera que las piezas consigan unas 250.000 visualizaciones y se irán entregando semanalmente, cada una de ellas centradas en los aspectos relevantes del concepto de la campaña de concienciación, como pueden ser las oportunidades laborales que desaparecen para los jóvenes si la actividad turística no se recupera; la incidencia del turismo en otros sectores; o el ‘efecto mariposa’ de la COVID-19 en el turismo.

Entre otros mensajes, se insiste en las graves consecuencias que tiene contagiarse del virus, no sólo a corto plazo afectando a la salud, sino más a largo plazo, cuando la crisis económica se traduzca en un futuro laboral de puertas cerradas en un territorio donde el turismo sigue siendo el motor de la economía. También apela al sentido de la responsabilidad individual porque a pesar de que es posible que los jóvenes no sean conscientes de las repercusiones, sí que pueden hacer algo para evitarlo con su actitud personal. Por eso, las piezas cierran con un recordatorio de que “tus gestos no sólo salvan vidas, sino también miles de empleos”

\* Esta acción está cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Para descargar el video

<https://www.dropbox.com/s/ggtltti2c07wujn/ONLINE%20CAPSULA%201-%20SIN%20ALTA%20AGUA%20-%20NEUTRA.mp4?dl=0>

Saludos cordiales,