



Prevención contra manejar achispado

Patrocinador de la campaña: Administración Nacional de Seguridad del Tráfico en las Carreteras

Agencia de publicidad voluntaria: Merkley + Partners

ANTECEDENTES:

En el pasado, los mensajes contra manejar un vehículo en estado de embriaguez han sido ineficaces para cambiar la conducta de muchas personas. Manejar ebrio mata a alguien en los Estados Unidos cada 52 minutos, y representa aproximadamente el 31% de todas las muertes en el tráfico.

Los estudios muestran que muchas personas piensan que los mensajes contra manejar ebrio están dirigidos a conductores que están visiblemente ebrios, y no a ellos. Por lo tanto, a la hora de decidir, consideran que solo están achispados y se ponen al volante.

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA:

Inspira el diálogo y reconocer las consecuencias y los peligros de 'manejar achispados' y luego motivar a las personas a dejar de manejar "achispados".

DESCRIPCIÓN DE LA CAMPAÑA

La campaña ha pasado por varios cambios estratégicos desde 2005. Primero se crearon anuncios de servicio público para inspirar el reconocimiento de los peligros de manejar "achispado" y motivar a las personas a dejar de manejar en ese estado.

La siguiente fase amplió este mensaje, indicando que manejar achispado es igual que manejar ebrio y mostrando las devastadoras consecuencias que pueden ocurrir.

El trabajo más reciente se enfoca específicamente en las consecuencias financieras de manejar achispado. La campaña espera inculcar a las personas que consumir incluso unos pocos tragos perjudica su capacidad de manejar y que Manejar Achispado es lo mismo que Manejar Ebrio.

AUDIENCIA OBJETIVO:

- Hombres entre 21 y 35 años de edad.

- Personas que toman y manejan pero no se consideran conductores ebrios.
- Personas comunes bienintencionadas que no quieren causar ningún daño pero siguen tomando y manejando.
- Personas que se sienten invencibles o que sienten un optimismo irreal sobre el control que tienen sobre sus vidas.



SABÍA USTED QUE:

- En 2013, 10,076 personas murieron en colisiones causadas por el alcohol.
- El índice de conductores en colisiones mortales después de consumir alcohol en 2013 fue casi 4 veces más alto de noche que de día (35% frente a 9%).
- En 2013, el 15 por ciento de todos los conductores



en colisiones mortales durante la semana estaban ebrios, frente al 30 por ciento los fines de semana.

- La proporción de conductores en colisiones mortales con una concentración de alcohol en la sangre de .08 o más fue del 23 por ciento entre los hombres y del 15 por ciento entre las mujeres.