

Abrochado o Multado

Los Policías Salvan Vidas y Evitan Lesiones

La *Movilización Abrochado o Multado* de noviembre del 2003 juega un papel crítico en el esfuerzo por mantener la seguridad de la gente en las calles y carreteras de nuestra nación. Entre el 17 y el 30 de noviembre, entidades policiales en todo el país estarán llevando a cabo campañas de **Abrochado o Multado** en las cuales los policías estarán haciendo cumplir las leyes de cinturones de seguridad sin excepción, con un énfasis especial en los adolescentes y los adultos jóvenes. Estos esfuerzos – combinados con anuncios publicitarios pagados, el apoyo de agencias gubernamentales, coaliciones locales y funcionarios escolares – resultarán en un aumento dramático en el uso de los cinturones de seguridad y nos defenderá contra una de las mayores amenazas que enfrentamos – los choques automovilísticos.

Usted puede contactar su Oficina Estatal de Seguridad de Carreteras para averiguar como su estado está participando en la *Movilización Abrochado o Multado*. A continuación un rápido vistazo a la campaña **Abrochado o Multad**.

¿Qué es la *Movilización Abrochado o Multado*?

Es un esfuerzo de entidades policiales activamente promocionado que da a las personas una razón más para abrocharse el cinturón de seguridad – la amenaza creciente de recibir una multa. La mayoría de las personas se abrochan el cinturón por su seguridad. Pero para algunas personas solamente la amenaza de una multa es lo que los motiva a abrocharse. En la campaña **Abrochado o Multado**, anuncios específicos alertan a las personas sobre la próxima *Movilización*, este esfuerzo es apoyado por miles de oficiales de entidades policiales en todos los 50 estados, el Distrito de Columbia y Puerto Rico. No solamente se multa a los conductores que no se abrochan, pero también la publicidad que rodea la campaña asegura que la gente sepa que podría ser multada.

¿Funcionan los esfuerzos de *Abrochado o Multado*?

Las campañas de **Abrochado o Multado** y esfuerzos similares han aumentado el uso de los cinturones de seguridad en las ciudades, los estados e incluso en una región entera del país. Por ejemplo, en mayo del 2002, los diez estados que implementaron esfuerzos completos de la campaña **Abrochado o Multado**, tuvieron los mayores incrementos, el uso de los cinturones de seguridad aumentó en un porcentaje de 8.6% puntos, de 68.5% a 77.1%, durante un período de cuatro semanas. Los estados que solamente incrementaron esfuerzos para hacer cumplir la ley de cinturones de seguridad pero que no usaron publicidad pagada para diseminar el mensaje, solo obtuvieron un promedio de 0.5% de incremento en el uso de los cinturones de seguridad. A partir de septiembre del 2003, la tasa nacional del uso de cinturones de seguridad llegó a un 79%, un aumento del 4% sobre el año anterior.

Aproximadamente un 17% de las personas que no se abrochaban los cinturones de seguridad comenzaron a usarlos durante el año pasado – el doble de la tasa registrada en años anteriores.

¿A quién está dirigida la *Movilización Abrochado o Multado*?

La respuesta más concisa es a todo el mundo. Pero se está dando atención especial a los adolescentes y a los adultos jóvenes porque es entre estos grupos que un cambio pequeño puede hacer una gran diferencia. Comparado con otros, los adolescentes y los adultos jóvenes mueren en choques automovilísticos en proporciones mucho más altas porque se encuentran en una fatal encrucijada de falta de experiencia, tomando más riesgos y un menor uso del cinturón de seguridad. En efecto, los choques automovilísticos son la principal causa de muerte entre los adolescentes y adultos jóvenes en los Estados Unidos. Trágicamente, muchas de estas muertes pudieran haber sido evitadas si la gente joven se hubiera abrochado el cinturón de seguridad cada vez que se suben a un auto. Esa es una de las razones por las cuáles estos materiales están enfocados para la gente joven y los anuncios publicitarios de la *Movilización* están dirigidos a personas entre las edades de 18 y 34 años.

¿Por qué es crítica la participación de los policías?

Hacer cumplir las leyes de cinturones de seguridad no es expedir multas, sino salvar vidas. Existen muchos casos en los cuales un oficial expidió una multa a una persona que no estaba abrochada o que no tenía su hijo o hija correctamente abrochado en un asiento de seguridad para niños, y un poco después esa persona o niño sobrevivió un choque serio porque la multa la convenció a abrocharse.