

Aspid de Oro a la mejor campaña integral

Categoría: **Comunicación institucional al público**

Obra: **Percepciones**

Agencia: **Medicus Spain**

Cliente: **Ministerio de Sanidad y Consumo**

Producto: **Prevención del consumo juvenil de alcohol**

Dirección creativa: Sebastián de la Serna y Carlos Senovilla

Dirección artística: Carmen Nuevo, Sonia Valiente y Javier Rodríguez de Santiago

Copy: Vanessa C. González y Javier Echevarría

Diseño gráfico: Santiago Zamora y Montse Montano

Fotografía: Ángel Álvarez

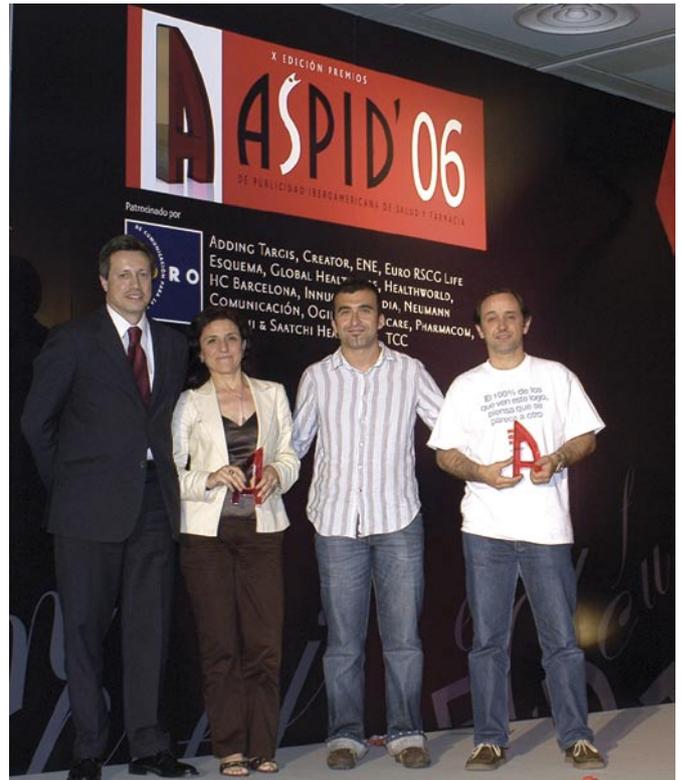
Productora: Ovideo

Realizador: Luis Von Kobe

Música: Happy Jack

La adolescencia es una etapa crítica de la vida y, en ella, es habitual sentir atracción por lo prohibido y llevar la contraria, por sistema, a las normas socialmente establecidas. Por este motivo, es habitual que los jóvenes rechacen todo mensaje asertivo que vaya en contra de sus actitudes. Ante esta situación, la campaña se dirige a ellos desde un enfoque totalmente alejado de ese tono. En la campaña no se impone nada a los adolescentes, y ante la pregunta "¿qué quieres conseguir con el alcohol?" se les muestra la diferencia entre lo que esperan recibir y lo que reciben en realidad.

La estrategia de comunicación se basó en invitar a los adolescentes a que reflexionen, haciendo que, en lugar de recibir una orden, sean ellos mismos los que lleguen a la conclusión de que el exceso de alcohol es perjudicial para su salud.



En los extremos (izq.) Angel González y Sebastián de la Serna (dcha.), de Medicus Spain, acompañados de Carmen López, subdirectora general de Atención al Ciudadano del Ministerio de Sanidad, y Víctor Navarro, miembro del Jurado.





Con el alcohol puedes hacer nuevos amigos



ALCOHOL
Tú verás lo que te mola



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Por el bienestar de todos

El alcohol puede llevarte lejos



ALCOHOL
Tú verás lo que te mola



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Por el bienestar de todos