



Campaña de divulgación

## El ministro del Interior presenta la nueva campaña de concienciación para la prevención de los accidentes de tráfico

- La campaña llama a la reflexión con una pregunta inusual: “En un accidente de tráfico, ¿quién prefieres ser? ¿Quién vive o quién muere?”
- El objetivo es llamar la atención de la sociedad y que la seguridad vial esté de nuevo en la agenda social de los ciudadanos
- Se han creado piezas para televisión, radio, prensa escrita, prensa digital, pantallas exteriores, cines y redes sociales con el objetivo de amplificar su difusión y llegar al mayor número posible de ciudadanos
- Esta campaña es el preámbulo de los cambios normativos que se irán produciendo en los próximos meses para intentar reducir la siniestralidad vial

**29 de octubre de 2018.** - “En un accidente de tráfico, ¿quién prefieres ser? ¿Quién vive o quién muere?”. Con esta pregunta comienza la nueva campaña de sensibilización y concienciación para la prevención de los accidentes de tráfico que el ministro del Interior, Fernando Grande-Marlaska, ha presentado hoy en la sede de la Dirección General de Tráfico, acompañado del director general de Tráfico, Pere Navarro, y el fiscal de seguridad vial, Bartolomé Vargas.

El objetivo de la campaña es generar un debate social sobre los accidentes de tráfico en un momento en el que la tasa de fallecidos ha aumentado por cuarto año consecutivo. Además, esta campaña es el preámbulo de los cambios normativos que se irán produciendo en los próximos meses para intentar reducir la siniestralidad vial.

Grande-Marlaska ha señalado que “con esta campaña hemos querido cambiar el enfoque y no solo mostrar las consecuencias sobre las víctimas después del accidente, sino también dar a conocer cómo es la vida de la persona que lo ha causado... y que sigue viva”. “El anuncio nos sitúa ante una disyuntiva que nos lleva a reflexionar que, independientemente de la opción en la que uno se posicione, verse implicado en un accidente de tráfico tiene consecuencias fatales”, ha indicado el ministro.

## CAMPAÑA MULTICANAL

La campaña “Vivo o muerto” comenzará a emitirse mañana martes, en los días previos al puente de Todos los Santos, y se desarrollará hasta finales de año en tres oleadas distintas, haciéndola coincidir con desplazamientos masivos por carretera con motivo de las fiestas que se celebran durante estos dos meses.



Para la campaña se han creado varias piezas audiovisuales que serán proyectadas en todo tipo de canales: televisión, radio, redes sociales, cine, exteriores, prensa, digitales, etc. con la idea de amplificar la difusión y llegar al mayor número posible de ciudadanos.

Para televisión hay un *spot* de 60 segundos con dos derivaciones del mismo de 30 y 20 segundos, que muestran los pasos que siguen a una muerte o a la supervivencia tras un accidente de tráfico ocasionado por el uso del teléfono móvil, el alcohol o el exceso de velocidad. Su difusión se realizará



tanto en cadenas de ámbito nacional como autonómico. El anuncio en versión de 75 segundos se podrá ver en redes sociales.

Para radio se han creado dos cuñas informativas y menciones especiales que serán emitidas en emisoras generalistas y de radiofórmula. En prensa escrita podrá verse una gráfica informativa diseñada para ser publicada en los principales suplementos dominicales, en periódicos deportivos, económicos y en prensa del motor.

La campaña también va a ser proyectada en espacios exteriores, concretamente a través de *mupis* y pantallas digitales en centros comerciales, universidades, mercados gastronómicos, estaciones de trenes y en la línea 8 del metro de Madrid, así como en las calles más importantes de las principales ciudades de España. En Madrid, se podrá ver en las pantallas situadas en el exterior del cine Capitol en la Gran Vía.

Además, se ha diseñado una *microsite*, [vivomuerto.dgt.es](http://vivomuerto.dgt.es), en la que el usuario puede interactuar y ver en un plano de 360 grados las consecuencias que tienen los tres comportamientos que suponen los motivos principales de accidentes al volante: el uso del teléfono móvil, el exceso de velocidad y el consumo de alcohol y otras drogas. También se puede participar en la encuesta en la que se presenta la pregunta que da sentido a la campaña y ver el porcentaje de personas que eligen seguir vivo o morir.