



► La campaña contra los accidentes de moto recuerda al espectador que él no es un actor como el del anuncio y está a tiempo de cambiar la realidad

La nueva campaña de la DGT sigue incidiendo en la gran vulnerabilidad de los motoristas ante un accidente

# TÚ NO ERES UN ACTOR

Una nueva campaña de la DGT intenta concienciar a los conductores de la dura realidad que suponen los accidentes de moto. Los protagonistas de los spots, un conductor de automóvil y otro de motocicleta, recuerdan al espectador que aún están a tiempo de cambiar esa realidad.

## LA CAMPAÑA

PRETENDE QUE  
TANTO EL  
CONDUCTOR DE  
COCHE COMO EL  
DE MOTO ASUMAN  
SU RESPECTIVA  
RESPONSABILIDAD

Marian GARCÍA RUIZ

Fotos: Paul Alan PUTNAM

“**H**abía tráfico pero esa moto no la vi. Juro que miré, pero no la vi. Ahora, en cambio, la veo a todas horas. ¿Por qué no miré otra vez? ¡Él estaría vivo!” Con este dramático relato comienza uno de los anuncios de la última campaña de la Dirección General de Tráfico (DGT) en televisión contra la siniestralidad de los motoristas. El mensaje cambia de regis-



tro y el protagonista recuerda que él es un actor, pero que el espectador no y está a tiempo de cambiar la realidad. Una realidad que arroja cifras alarmantes: 528 personas perdieron la vida en accidente de moto y ciclomotor en 2007, un 84% más que en 2003. En 2008 ya son 138 los fallecidos. La agencia Publicis ha vuelto a hacerse cargo de esta nueva campaña que ha sido interpretada por algunos sectores como demasiado dramática y por otros como demasiado blanda. La creativa responsable, María Jesús Herrera, explica que es inevitable crear cierta polémica. Su intención, asegura, era salir del dramatismo de los casos reales y ofrecer una oportunidad de cambiar la realidad. “El anuncio no termina cuando el protagonista dice que es un actor. Continúa hablando de la realidad, de las cifras de muertos. Pero deja una opción para escapar, una vía de salida, una oportunidad para que el accidente no ocurra. No queríamos abundar en el fatalismo de lo que ya no se puede evitar”.

**RESPONSABILIDAD COMPARTIDA.** Con estas campañas de concienciación, la DGT pretende acabar con el incremento de muertes sobre dos ruedas que preocupa cada vez más en toda Europa.

El mensaje de la última campaña tiene dos destinatarios: los motoristas, que sin darse cuenta pueden perder la vida, la salud o a sus seres más queridos, y, por primera vez, los conductores de automóviles, que, como en el anuncio, pueden provocar una muerte que les quite el sueño el resto de sus vidas.

Según la creativa de la agencia, “se dirige al conductor de moto y de coche para que asuma cada uno su respectiva responsabilidad sin culpabilizarles”.

Los anuncios son representativos de dos de las situaciones más comunes en

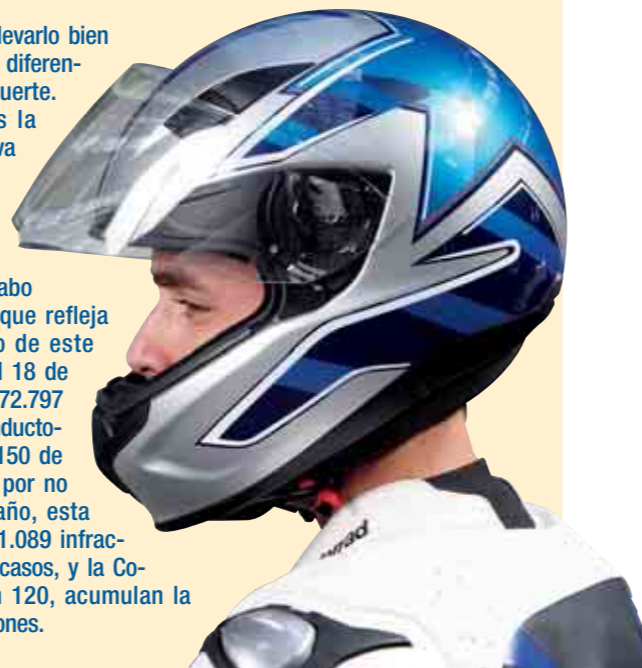


► La imagen corresponde a uno de los dos anuncios que se han podido ver en televisión dentro de la campaña contra los accidentes de moto. Por primera vez, el conductor de un automóvil reflexiona sobre el accidente que podía haber evitado si hubiera mirado bien por el retrovisor. Arriba, secuencia del anuncio.

## “NADIE TIENE LA CABEZA TAN DURA COMO PARA NO LLEVARLO”



Llevar o no el casco, y llevarlo bien puesto, puede marcar la diferencia entre la vida o la muerte. Con estos argumentos la DGT ha realizado una nueva campaña bajo el lema: “Nadie tiene la cabeza tan dura como para no llevar casco”. Al mismo tiempo, se ha llevado a cabo una campaña de control que refleja un incremento en el uso de este elemento. Entre el 12 y el 18 de mayo, la DGT ha realizado 72.797 controles. En ellos, 773 conductores, 623 de ciclomotor y 150 de moto, han sido multados por no llevar casco. El pasado año, esta misma campaña detectó 1.089 infractores. Andalucía, con 457 casos, y la Comunidad Valenciana, con 120, acumulan la mayor parte de las infracciones.



## MÁS DE LA MITAD DE LOS ACCIDENTES DE MOTO SON CAUSADOS POR VEHÍCULOS DE CUATRO RUEDAS

los accidentes de moto. El primero se produce en un entorno urbano con un turismo implicado. Más de la mitad de los accidentes de moto son causados por vehículos de cuatro ruedas cuyos conductores olvidan señalizar y mirar en repetidas ocasiones para cerciorarse de que ninguna moto se acerca.

El segundo de los anuncios reproduce un clásico perfil del motorista accidentado: de 26 a 46 años y moto grande comprada recientemente, que se sale de la vía en una carretera secundaria por un fallo de control o exceso de velocidad.

Esta nueva campaña de concienciación es una de las 19 acciones prioritarias previstas en el Plan de Seguridad Vial para las motos aprobado el pasado mes de diciembre y que contempla además aumentar la formación y mejorar infraestructuras en los próximos 4 años. ♦



## NUEVA CAMPAÑA CONTRA EL ALCOHOL

Coincidiendo con la realización de la nueva campaña de control del consumo de alcohol al volante, entre el 2 y el 15 de junio, la DGT ha vuelto a pedir la colaboración de ASPAYM (Asociación Nacional de Lesionados Medulares) para concienciar en la calle sobre los peligros de conducir bajo los efectos del alcohol. En este caso, los miembros de ASPAYM, muchos en sillas de ruedas, saldrán a las carreteras durante dos fines de semana para hablar con los conductores que den positivo en los controles. Esta campaña pretende incluir testimonios de víctimas y de responsables de accidentes causados por consumo de alcohol al volante e incidirá en un tipo de consumo menos reprobado socialmente, el del mediodía.



## DA IGUAL LA EDAD

Aunque los hábitos van cambiando y son muchos los que comen sin alcohol si tienen que conducir, aún queda un amplio sector que sigue haciendo oídos sordos. Comer con alcohol o tomar el aperitivo aunque después se vaya a conducir todavía no está mal visto socialmente. No lo suficiente al menos. La nueva campaña de la DGT contra el alcohol al volante apunta hacia un sector amplio de edad y pretende recordar que “se tenga la edad que se tenga, con alcohol el riesgo va contigo”.