

Conducir es compartir

“Más de 40 millones de desplazamientos diarios y todavía algunos piensan que van solos”

- La nueva campaña de divulgación de la DGT se centra en recordar que la seguridad vial es una responsabilidad colectiva.
- Las piezas muestran a diferentes conductores al volante, cantando la conocida canción “Sola otra vez” y conduciendo como si estuvieran solos en la carretera, para luego ver que la realidad del ecosistema de la circulación dista mucho de esa soledad.
- La campaña podrá verse y escucharse hasta el 12 de abril en televisiones, radios, medios impresos, soportes digitales, redes sociales, cine y exteriores.

21 de marzo de 2024.- Conducir no es un acto individual. Muchas personas piensan que sí, que su destreza al volante es suficiente para realizar cualquier desplazamiento de forma segura y que son los demás los que generan situaciones de peligro, pero lo cierto es que la seguridad vial es una responsabilidad colectiva.

Este mensaje de que “conducir es compartir” es el eje de la nueva campaña de concienciación que la Dirección General de Tráfico lanza mañana y que, con el slogan “más de 40 millones de desplazamientos diarios y todavía algunos piensan que van solos”, muestra, a través de diferentes situaciones diarias, a los conductores como parte del problema y, también, de la solución.





Con un tono amable y jugando con una conocida canción como es el “Sola otra vez” que popularizó en su día Celine Dion, las piezas muestran a diferentes conductores al volante, cantando y conduciendo como si estuvieran solos en la carretera.

La realización de los spots hace que, a continuación, veamos que la realidad del ecosistema de la circulación dista mucho de esa situación de soledad que imagina el conductor y podamos ver cómo su manera de conducir entra en conflicto con otros coches, con peatones, con usuarios de vehículos de movilidad personal, etc.

Para la campaña, que comenzará a verse y escucharse en los próximos días y hasta el próximo 12 de abril, se han realizado varias piezas audiovisuales de 45”, 30” y 20” que podrán verse en televisión, cines y redes sociales. También se han elaborado cuñas para radio, piezas para exterior y medios impresos, además de piezas cortas para redes sociales.

Asimismo, se ha creado una página <https://novassolo.dgt.es/>, en la que los usuarios podrán jugar con el concepto central de la campaña, “no estás solo” a través de la reproducción de un vídeo de un recorrido con un doble punto de vista: por un lado, el subjetivo del conductor acompañado de la música de la campaña y, por otro, al pausar la música, la perspectiva del recorrido con el resto de actores presentes: peatones, otros coches, usuarios de vehículos de movilidad personal, etc.