



Nueva campaña

“En un siniestro de tráfico puedes morir o perder tu vida”, slogan de la nueva campaña de la Dirección General de Tráfico

- Con esta campaña, la DGT quiere volver a recordar a los conductores que una imprudencia, por pequeña que parezca, puede provocar un siniestro mortal, cuyas consecuencias te perseguirán el resto de tu vida.
- Tanto el spot como el resto de piezas tienen un tono emotivo, cinematográfico y efectista con el objetivo de impactar al espectador y hacerle reflexionar ya que, cuando sobrevives a un siniestro de tráfico mortal que tú has provocado, en realidad estás muerto en vida.
- La campaña podrá verse y escucharse hasta el 14 de diciembre en televisiones, radios, medios impresos, soportes digitales, redes sociales, cine y exteriores y cuenta con la página web específica <https://morioperdertuvida.dgt.es>.

22 de octubre de 2025.- La Dirección General de Tráfico lanza mañana una nueva campaña de comunicación con la que quiere volver a recordar a los conductores que una imprudencia, por pequeña que parezca, puede provocar un siniestro mortal cuyas consecuencias te perseguirán el resto de tu vida.

Esta campaña de larga duración que nos acompañará durante casi dos meses, busca conmover, interpelar y movilizar a la ciudadanía, haciéndola consciente de que la seguridad vial no es un tema ajeno o técnico: es una cuestión profundamente humana y una responsabilidad compartida.

El slogan *“En un siniestro de tráfico puedes morir o perder tu vida”* resume la idea que se quiere transmitir de que, cuando sobrevives a un siniestro de tráfico mortal que tú has provocado, en realidad estás muerto en vida, ya

que ese suceso traumático va a acompañarte para siempre, de día y de noche, con consecuencias muy duras que tendrás que soportar el resto de tu vida.

En el spot, que como el resto de piezas tienen un tono emotivo, cinematográfico y efectista con el objetivo de impactar al espectador y hacerle reflexionar, vemos a un conductor que, en cuestión de segundos, pasa de ir circulando con normalidad a provocar un siniestro en el que fallecen una madre y su hija por haber mirado un mensaje en el móvil y haber apartado los ojos de la carretera.

Tras el impacto llegan las consecuencias, no sólo físicas, sino también psicológicas o judiciales que acompañarán al protagonista el resto de su vida: insomnio, ansiedad, pastillas, una condena penal...

Una vez más, la DGT trata de transmitir el mensaje de que las consecuencias de un siniestro de tráfico son reales, profundas y para toda la vida y que, en muchos casos, el siniestro se desencadena por una decisión del conductor que la mayoría de las veces podría haberse evitado como una distracción, una velocidad inadecuada, conducir bajo los efectos del alcohol y otras drogas o conducir con sueño.

Para la campaña, producida por Roma para Ogilvy y que comenzará a verse y escucharse desde mañana y hasta el próximo 14 de diciembre, 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 y de una página web específica <https://morioperdertuvida.dgt.es>.

