

# Un anuncio de seguridad vial

## recibe 2,2 millones de visitas en un mes

**Está elaborado por una ONG inglesa y trata de concienciar sobre el uso del cinturón de seguridad en los vehículos**

[www.elpais.com](http://www.elpais.com)

Un anuncio elaborado por la ONG inglesa Sussex Safer Roads Partnership (Asociación para unas carreteras seguras de Sussex) está recorriendo Internet como la pólvora. Durante el mes que lleva colgado en Youtube ha recibido más de dos millones de visitas, la mayor parte de ellas en la última semana.

El spot ha sido creado para intentar concienciar sobre la importancia del uso del cinturón de seguridad en los vehículos. Sussex es un condado del sur de Inglaterra.

Además de estar presente en decenas de foros dedicados a la seguridad vial, blogs, Facebook y Twitter, el corto, titulado *Abraza la vida*, ha sido emitido en televisiones de varios países del mundo, como el Golfo Pérsico, Estados Unidos o Canadá.

El vídeo está rodado a cámara lenta en el salón de una casa, donde un varón simula que conduce un vehículo, mientras es observado por su hija y su esposa. Cuando el hombre está a punto de estrellarse, ellas se abalanzan sobre él para protegerle con sus manos.

El director del vídeo, Daniel Cox, explica en la página web de la ONG que no querían utilizar la línea de impactar y asustar a la audiencia. "Queríamos crear una metáfora de cómo una sencilla decisión [abrocharse el cinturón] puede influir de forma decisiva en su vida y en la de las personas a las que quiere", señala.

El anuncio, explican sus creadores, está filmado a cámara lenta para que la audiencia tenga tiempo de reflexionar sobre lo que está viendo.