

Una campaña estrella.

Catalina Mejía Lora

El Fondo de Prevención Vial, ejemplo de la publicidad de bien social.

Cuando se buscan ejemplos de cómo la publicidad que se realiza en nuestro país puede contribuir a generar cambios sociales que tienen como su principal finalidad garantizar la tranquilidad de una nación, se puede decir que son grandes las cosas que se hacen por el bien de nuestra Colombia. Campañas publicitarias con gran fuerza y de beneficio para la nación son realizadas continuamente.

Uno de estos ejemplos es el Fondo de Prevención Vial, una entidad colombiana de carácter privado, que nació en 1995 cuando un grupo de catorce compañías de seguros privadas y dos oficiales firmaron el acta de constitución del Fondo, para dar cumplimiento a lo estipulado por la ley 100 de 1993. Laura González Pérez Directora de educación del Fondo de Prevención Vial exponía que las campañas publicitarias de este fondo tiene como finalidad la realización conjunta de campañas de seguridad vial, en coordinación con las entidades estatales que actúan con el mismo propósito, su único ob-

jetivo es transformar las conductas de los individuos. Laura González señalaba que el problema en Colombia a nivel de tránsito no son los accidentes, es la movilidad, el colombiano todavía no entiende que es manejar con un límite de velocidad. Planteaba también que lo único que lograba un buen cambio en la sociedad es la transformación de las conductas, porque esto es misterio de fondo con los hábitos de cada ser humano.

Este fondo quiere lograr con sus campañas un total cambio de hábitos, ya que el ser humano vive con éstas y quieren que el respetar un semáforo en rojo, respetar las cebras, manejar con un límite de velocidad, etc. sea una rutina, un hábito diario de todos las personas que conforman la sociedad, así como cepillarse los dientes antes de salir de casa, bañarse todos los días, pagar los recibos de la luz, de esta misma manera las campañas del Fondo buscan crear conciencia.

TU DECIDES, ERES PERSONA O ERES ESTRELLA.

Recuerdan el inicio de la campaña estrellas negras cuando durante diez días y a manera de expectativa los colombianos vimos en los distintos canales de televisión del país, un mensaje de televisión sin ninguna mención escrita o en audio, acompañado solamente con un arreglo musical, donde una estrella pintada en el pavimento se convierte en una persona?

La Campaña publicitaria como la de las estrellas negras, creada por Francisco Moreno director actual de la agencia San Francisco en la ciudad de Bogotá, estuvo cinco años al aire renovándola año tras año saliendo por última vez en el 2006, buscaba sensibilizar a la población sobre la importancia de respetar las normas de tránsito para no convertirse en una estrella más.

MÁS ALLÁ DE LAS ESTRELLAS.

Aunque el éxito de la campaña "estrella negra" marcó historia en la publicidad de bien social en Colombia por la efectividad y los buenos resultados, no son

es la única que ha realizado el Fondo de Prevención Vial, en los últimos años siguen con la creación de campañas que pretenden cambiar esas conductas negativas de tránsito generando un adecuado uso de las conductas y normas de seguridad vial. Campañas como "salva vías" y este año con la campaña de "jóvenes con toda seguridad" se caracterizan por tener mensajes cortos y concisos, conceptualizan el lenguaje y no contienen mucho gráfico, de esta manera llegan al espectador con mucha fuerza logrando la recordación.

LAS CIFRAS.

Después de investigaciones logran examinar una estadística de 5481 muertos en el año 2005, 34.898 heridos graves del mismo año, 32% de accidentes en el año 2006 son causados por jóvenes, todo esto hace que el Fondo de Prevención Vial este año saque al aire su campaña "jóvenes con toda seguridad".

La idea del fondo de prevención vial esta destinada a desarrollar campañas y programas encaminados a la educación en materia de movilidad y a la disminución de los accidentes de tránsito en el país, logrando así un cambio en la sociedad con la transformación de nuestras conductas.

Creo que todo este gran proyecto que realiza el Fondo de Prevención Vial es benévolo para cada individuo de nuestro país, demostrando que la publicidad de bien social puede aportar su granito de arena a que los colombianos, como sujetos responsables, tengamos una actitud responsable frente a las problemáticas sociales de nuestra Colombia.

