

**C**ampañas

EL DESAFIO DE LLEGAR A TODOS Y A CADA UNO EN ESPECIAL

# CAMPAÑAS MASI- VAS



# EDUCACIÓN VIAL

## EN MEDIOS DE COMUNICACION

*En la Argentina de los últimos años ha sucedido un hecho inédito: 5 años de campañas continuas de educación comunitaria masiva sobre un tema: Educación vial. Es la primera vez que una institución en nuestro país se propone, y lo consigue, llevar adelante una tarea concientizadora de esta magnitud.*

Luchemos por la Vida se propuso este desafío, lo que significó, para una pequeña organización no gubernamental sin subsidios estatales ni privados, un enorme esfuerzo para sus integrantes. Se realizaron en este tiempo **15 campañas masivas para radio y televisión** sobre los más importantes temas que hacen a la "seguridad vial" adecuados a las necesidades y problemas de ese espécimen peculiar que "somos" los argentinos en el sistema del tránsito.

Transcurrido este tiempo, y a la vista de que las cifras de mortalidad y accidentes estimadas continúan en aumento, la comunidad se pregunta

....  
**SIRVEN PARA ALGO LAS CAMPAÑAS MASIVAS?**

Por supuesto, Luchemos también se lo pregunta permanentemente ya que del éxito de este esfuerzo sumado a las otras áreas de trabajo, depende el logro del objetivo institucional. Existen diversas formas de evaluar la efectividad de una campaña, y una actividad organizada exige un seguimiento continuo para el mejoramiento de los instrumentos de acción. Hoy queremos compartir con la comunidad parte de los resultados obtenidos, ya que pertenecen a todos





estimación oficial de la Municipalidad de la ciudad elevó a 7500 a principios de 1992). Debíamos comenzar con este mensaje. Debíamos *advertir* a la comunidad que 20 personas morían cada día en accidentes de tránsito y que a cualquiera podía sucederle.

A su vez, debíamos *informar* que éstos eran evitables y qué podía hacerse para ello.

En esa primera etapa, las campañas ( en radio, TV, gráfica, etc.) se centraron en la difusión de esta realidad (años 1991 y 1992), pero siempre acompañando la preocupante información con mensajes positivos de conductas preventivas( respeto al peatón, uso de cinturón de seguridad, niños en los asientos traseros, etc). Es decir que brindamos **Información precisa:**

- Acerca del problema
- Acerca de conductas seguras

Evitamos caer en el error de cierto estilo publicitario ,que si bien puede llamar la atención en su presentación, emite un mensaje inconcluso o equivoco que admite interpretaciones subjetivas , ejemplo de este discurso son los mensajes del tipo "conduzca con precaución", "No dispare"(Lo que para unos puede ser sentido como conducir con precaución, puede ser objetivamente conducir en forma riesgosa o temeraria. Hay quienes piensan que son muy correctos conduciendo a 140 Km/h y que son cautos porque "saben" lo que hacen.).

En una segunda etapa, de mediados de 1992 en adelante, los mensajes se centraron

en la difusión y profundización de las principales factores promotores de accidentes y /o de mortalidad en el tránsito, cuestiones (exceso de velocidad, consumo de alcohol, conducción nocturna, falta de uso de cinturón de seguridad, etc) ampliamente investigadas en el mundo desarrollado y enfocadas de acuerdo a la población específica receptora del mensaje.

y no exclusivamente a nuestra asociación.

El primer paso para evaluar "logros" es definir "objetivos". Por eso es bueno antes de ir a los detalles hacer....

### UN POCO DE HISTORIA

Dados los fines que dieron origen a nuestra asociación: *Promover la preservación de la vida en el sistema del tránsito por medio de la prevención de accidentes en este ámbito, nuestro primer objetivo "publicitario" ha sido despertar interés y preocupación, es decir despertar "conciencia", sobre el grave problema que constituyen los accidentes de tránsito en nuestro país, brindando simultáneamente mensajes "concretos" para la preservación de la vida en la vía pública.*

Cuando nuestro accionar comenzó, en 1990, eran circunstancias excepcionales y aisladas el que los medios de comunicación se ocuparan de este problema y en general lo hacían incluyéndolo como hecho policial y consecuentemente la población en general, ignoraba la gravedad de la situación que los involucraba.(Según las estimaciones oficiales de aquella época, elaboradas en los años setenta, morían alrededor de 6000 personas por año en accidentes de T., cifra que una

### RECURSOS DIVERSOS PARA UNA TELEAUDIENCIA HETEROGÉNEA

Transmitir un **mensaje breve**, que **llame la atención** en medio de una oferta publicitaria diversa y sofisticada, brindar **una información precisa** que **estimule la reflexión** y promueva, en lo posible, **cambios de conducta** y además con magros recursos económicos. Todo un reto.

**Decidir las líneas temáticas** ha trabajar no fue una tarea sencilla. A la información científica de los procedimientos y temas tratados en el exterior se le sumaron estudios diversos de la problemática local que debieron ser desarrollados por nuestra asociación. Así, *observaciones sistemáticas, encuestas y la experiencia del trabajo en talleres con gente de empresas, estudiantes docentes y*





# Campañas

asociaciones intermedias sirvieron de base para la comprensión de la conducta de los argentinos en el sistema del tránsito y el diseño del abordaje más adecuado para la tarea.

Decidir la línea argumental de cada campaña tampoco fue simple. A lo largo de estos años se exploraron diferentes llegadas, pensadas para que resultaran atractivas y comprensibles para la mayor parte de la población pero sin descuidar la identificación de quienes serían los "receptores preferenciales" de cada propuesta, ya que si bien la difusión es masiva nuestro destinatario principal

va variando, según la temática: pueden ser niños y población en general (campañas sobre peatones), adolescentes (motos), conductores de vehículos, etc.

Transitamos por propuestas humorísticas (campañas "Huevos", la reciente "Maestro"), puestas musicales (Rap peatones, Rap ciclistas, Tránsito seguro), puestas vertiginosas y/o shockeantes ("Motos", "Velocidad", "Niños y noche"), o dramáticas ("La selva", "Sin voz")

Comprobamos en nuestra experiencia que, tal como lo afirman estudios internacionales de publicidad, que la población no es homogénea a la hora de "engancharse" con una propuesta, por lo que es necesario ir variando las presentaciones para

poder llegar con más efectividad, siempre sin descuidar lo más importante que es la coherencia y continuidad del contenido o información a transmitir.

## COMPROBANDO EFECTIVIDAD PUNTO POR PUNTO

Habiendo precisado los objetivos generales de las campañas (1), es preciso seguir su repercusión para saber de su efectividad.



Es necesario evaluar:  
-si el mensaje ha sido recibido  
-si el mensaje ha sido comprendido  
-si se registran cambios de conducta relacionados con el tema tratado.

Existen diversas formas de evaluar estos ítems. Luchemos ha podido recabar información sobre los puntos A y B por medio del intercambio a lo largo de su trabajo con grupos. Como ya dijimos el trabajo educativo en

instituciones escolares, con grupos de adultos en empresas y asociaciones nos permitió comprobar cómo la población evolucionó en su conocimiento de por ej. Cantidad de muertos por accidentes, conocimientos sobre riesgos de conducción, etc.

A las encuestas informales se sumaron: observaciones sistematizadas de comportamientos en el sistema del tránsito, encuestas y tests (Ver 1er. Concurso Arg. De Seguridad vial).

Todos los indicadores prueban que la información fue recibida y comprendida en el 100% de las campañas. Algunas han tenido mayor repercusión que otras, pero ninguna dejó de ser recibida, o no fue comprendida en su mensaje. Actualmente, por efecto de las campañas, la mayoría de la población adulta sabe que

es grave el problema de los accidentes de t., conoce las cifras de 20 muertos por día, y es conciente de que los accidentes tienen causas precisas y por ende son evitables. Esta situación nada tiene que ver con la que se daba en los años 90, donde la presentación del problema era recibido entre el público con asombro e incredulidad.

La toma de conciencia ha despertado el interés de la población por los temas del tránsito y la creciente demanda o protesta a las autoridades para que actúen y mejoren el sistema. Los medios de comunicación,





# Campañas

acompañan este cambio brindándole un espacio creciente al tratamiento del tema.

A modo de ejemplo, a continuación se presenta el análisis detallado de los resultados obtenidos en algunos de los principales temas tratados.

## AJUSTESE A LA VIDA

Antes de comenzar la campaña sobre cinturones de seguridad, Luchemos realizó una "observación sistematizada" sobre la realidad de uso del mismo entre los conductores y acompañantes de los asientos delanteros porteños. La cifra era tan sólo del 1,3 % en los primeros y 1% en los segundos.

En el mes de marzo de 1992 luego de una primera y modestísima campaña por radio y TV, la cifra ascendió al 3,1% y 2,2 % respectivamente.

En el mes de noviembre de 1992 posteriormente a la promulgación del decreto ley 692/92 y finalizada la primer campaña prolongada sobre el tema, en diciembre de 1992, (publicidad "Huevos") la cifra

ascendía al 38%. (Ver gráfico)

Actualmente esta cifra se encuentra en el 39%, aunque ha aumentado considerablemente en las mediciones en ruta, llegando a la marca récord del 80 % en valores registrados en la pasada temporada de verano en la ruta N°2 de la pcia.de Bs.As., demostrándose allí los excelentes resultados logrables cuando se combinan severos controles policiales con efectivas campañas de educación masiva. Las de 1992, ("Huevos") y las de 1993, 1994, y 1995 mostraron con diferentes imágenes lo que sucede cuando la energía kinética actúa en una desaceleración brusca (choque). No se limitaron a aconsejar, sino que informaron concisamente el objetivo de su uso.

**Cuántas vidas se han salvado por usar el cinturón de seguridad?**

Aquí, no podemos saberlo. Probablemente muchas. En países que cuentan con registros oficiales de morbi-mortalidad y accidentes de tránsito han podido realizar seguimientos a lo largo del tiempo comprobando así, que existe

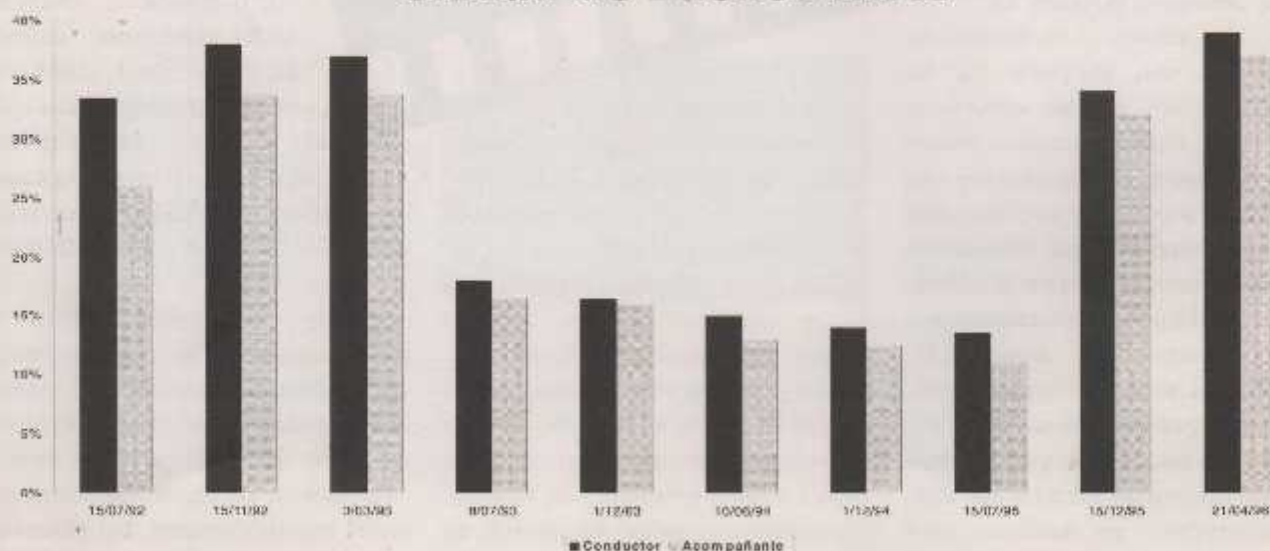
una correlación inversa entre éstos últimos y el aumento en el uso del cinturón de seguridad, es decir que, a **mayor uso del cinturón de seguridad menor cantidad de muertos y heridos por accidentes y también menor cantidad de accidentes de tránsito!**

Esta es la exclusiva razón por la que nuestra asociación ha dado prioridad a ésta cuestión en la concientización y educación masiva y los exitosos resultados logrados hasta el momento no hacen que abandonemos el tema. Es demasiado importante para la vida!.

## PRIORIDAD PEATONAL

En los primeros tiempos de nuestra tarea el concepto de la prioridad peatonal era para la mayoría de los argentinos algo inexistente o una realidad foránea, posible en el primer mundo, pero una utopía para nuestro país. Las mediciones sobre la cantidad de conductores de vehículos que otorgaban el paso a los peatones en sendas y esquinas arrojaba una cifra insignificante(0,3 %) pero de alta

## Uso del Cinturón de Seguridad en la Ciudad de Buenos Aires







significación:

la prioridad peatonal no existía en estos lares.

Al no ser la senda peatonal y lo esquina un lugar de paso privilegiado para el peatón, este último lo hace por donde le resulta más rápido o le viene en ganas, promoviendo, ambos integrantes del sistema del tránsito: conductores y peatones, situaciones potenciales de accidente y alimentando las graves cifras de mortalidad que son de dominio público.

Pero no todo está perdido! Ya la primera y corta campaña dirigida al peatón, realizada por Luchemos en noviembre de 1991 produjo un levísimo repunte en los índices de registro de respeto a la prioridad, y desde entonces, lentamente, la situación ha ido mejorando hasta arrojar en nuestros días el valor de 17 %.

Una cifra muy baja todavía, pero una prueba del importante grado de receptividad a los mensajes educativos por parte de la población, que ha sido la única variable para este cambio.

*La prioridad peatonal ya ha comenzado a existir en la Argentina. Dista mucho de ser una*

*situación ideal, aún son demasiados los que "olvidan" este derecho del caminante. Pero la población sabe, y lo ha aprendido o recordado tiernamente, por medio del ya popular RAP del "Prestá atención", cuál es el lugar y el derecho que al peatón le corresponde. Ahora es necesario que las autoridades se comprometan a hacer cumplir la ley, (cosa que a juzgar por las 37 infracciones labradas en el mes de julio de 1996 ha estado bastante lejos de ser realidad), y se debe continuar educando.*

### **NADA DE ALCOHOL AL CONDUCIR**

Cuando Luchemos comenzó su actividad comunitaria por medio de encuentros, talleres y otras actividades era común escuchar que el alcohol no era un problema en nuestro país, al menos esa era la "creencia" de muchos, producto de la idea de que el problema del alcohol en la conducción estaba ligado al conductor ebrio, o sea gravemente alcoholizado. En los hechos, en una investigación realizada por nuestra asociación sobre el tema de hábitos alimentarios y conducción, resultaba

que el 33 % de los conductores conducían luego de haber bebido alcohol.

Hoy, los testimonios recogidos en nuestra tarea con niños, jóvenes y adultos nos dice que esta mentalidad ha cambiado notablemente. Es excepcional escuchar que alguien subestime el problema del alcohol en la conducción o defienda la posibilidad de beber y conducir con seguridad. Hace pocas semanas se suscitó un improvisado debate público sobre la cuestión, cuando un funcionario de la municipalidad justificó el permitir, por parte del municipio, que un conductor de taxis pueda conducir habiendo cometido el año anterior hasta diez faltas graves de tránsito, comprobadas y penadas. Su expresión "a cualquiera le puede pasar el conducir con dos o tres copas de más" le valió el repudio generalizado de la población, tal como quedó atestiguado en testimonios de la calle publicados en los matutinos, lo que demostró de esta manera que la comunidad está madurando gracias a las campañas, las que fueron hasta este año, el único contenido que sobre la cuestión ha recibido la mayoría de la población.

Recientemente se han anunciado controles de alcoholemia a conductores de carácter "diagnóstico" exclusivamente, los primeros que se realizarían en el país, esto implica el reconocimiento de que la ley escrita y promulgada es hasta el momento pura teoría cuando debería ser

(Continúa en la Pág. 18)