

LOS ANUNCIOS DE LA DGT

Me han llamado la atención en la radio dos anuncios distintos. Uno es para prevenir el abuso de drogas, donde una persona empieza a hablar y a medida que cuenta como va aumentando su consumo empiezan a salir otras voces hablando a la vez de lo mismo. El mensaje final es que las drogas no sólo te afectan a ti, sino a todos los que nos rodean. El otro anuncio es de la DGT. A una mujer le suena el móvil mientras va conduciendo. Lo coge y es su madre, le dice que tiene que colgar que va conduciendo pero la mamá insiste alegando que nunca tiene tiempo para ella y al final se oye un trastazo, la voz de la hija ya no contesta mientras la madre no para de preguntar qué pasa. Aquí el mensaje es el contrario: si en el caso de las drogas, el que abusa de ellas estropea la vida de los demás, en el caso de los conductores son los demás los que influyen a la hora de tener un accidente de tráfico. Curioso.

Tener en cuenta el tema social me parece muy importante a la hora de tratar cualquier problema psicológico. Pero no se puede ir en una dirección o en otra (de los demás a uno o de uno a los demás) porque es una vía (valga el símil del tráfico) de doble sentido. El que abusa de las drogas no es el único culpable de su adicción (en la mayoría de los casos), porque hay una historia de aprendizaje previo, en función del ambiente en el que te mueves (familiar, social, incluso laboral) que también es en parte responsable de la conducta adictiva. Lo mismo ocurre con el conductor: no se puede culpar a los que incitan a beber al que va a conducir (como en otro anuncio) o al que retienen al móvil mientras va conduciendo, si eres lo bastante adulto para conducir lo eres para tomar tus propias decisiones respecto a dejar el coche aparcado o no contestar al teléfono. Si bien estos anuncios no afirman que la culpa caiga de un lado o de otro, si pueden inducir a los que escuchan a creer que así es, y de esta forma los allegados a una persona que abusa de las drogas le echarán toda la culpa de sus desgracias al susodicho y los conductores que sufren un accidente a los demás por dejarles beber o llamarles por teléfono. En mi opinión se debería tener más cuidado a la hora de realizar estos anuncios.

El estilo agresivo de los anuncios de la DGT no me parece que sea productivo. Las cosas negativas producen rechazo, las positivas se asimilan. Hace años recuerdo la campaña donde se mostraban fotos de familias y se indicaba lo que había ocurrido con cada uno de sus miembros al fallecer un integrante de dicha familia en un accidente de tráfico. En una de las fotografías el comentario era que había muerto uno de los cónyuges (no recuerdo si él o ella) y el otro había sufrido un infarto al recibir la noticia. Esto puede llevar a pensar que puedes morir de un infarto por un susto, cuando no es así, a menos que tengas un problema cardíaco previo. El problema básico de esta línea publicitaria es que produce miedo, con el miedo la ansiedad, y la ansiedad al volante no es nada buena. Este enfoque agresivo ha seguido así a lo largo de los años, hasta mostrar claramente en el mensaje esa intención de atemorizar a la población: si corres te vas a matar, vas a matar a alguien, vas a acabar en la cárcel o te vas a tragar una multa que te va a dejar en la ruina. Y al final, lo que parece que funciona (al menos en un principio) es el carné por puntos. Lo que no quiere la gente es que no le dejen conducir, el resto de los mensajes no llegan.

Por otro lado, no se tiene en cuenta, en estos anuncios, la sensibilidad de las personas que han sufrido la pérdida de un ser querido a causa de un accidente. En otro anuncio antiguo recuerdo que se oía a un hombre decir: "Cariño, me voy de cena con los compañeros, tomaré copas pero me llevo el coche. Si no regreso, que sepas que eres lo mejor que me ha pasado en la vida". ¿Cómo se siente una persona que ha perdido a su pareja, o a un padre, una madre, un hermano, un hijo, un nieto, un amigo, en un accidente de tráfico al escuchar esto?. ¿Realmente es efectivo? Los datos sobre siniestralidad demuestran que no. Entonces ¿por qué machacar a la gente que sufre?

En fin, que creo si después de tantos años de campañas agresivas no se ha conseguido reducir los accidentes de tráfico, y habida cuenta de que, según estudios realizados en otros países acerca del efecto del carné por puntos, el descenso del número de fallecidos se produce sólo en los primeros años y luego vuelve a ser el mismo, deberían replantearse el estilo de sus campañas de “educación vial”, ya que el refrán “la letra con sangre entra” se convirtió, por suerte, en obsoleto hace muchos años respecto a los niños ¿por qué utilizarlo con adultos?