




Un nuevo concepto: publicidad de cambio social



Reforzar el mensaje

Más tarde, en el inicio de los años 90, seguía siendo necesario comunicar que muchas personas morían por hambre, por enfermedades, por sed o bien por catástrofes naturales, como terremotos o inundaciones.

En esta década se produce un rápido avance del marketing social. Muchas de las técnicas y elementos utilizados en la publicidad comercial son ahora reutilizados y adaptados para su uso en la publicidad social, dedicada a defender los intereses de la sociedad.

Esta situación surgió de la necesidad de las ONG de mejorar su comunicación y transmitir a la sociedad, de forma eficaz, las duras condiciones en las que vivían millones de familias en el mundo. Además, se vió favorecida por la colaboración desinteresada de algunas agencias de publicidad, que pusieron al servicio de las instituciones los recursos necesarios para crear los mensajes y producir las campañas.

Este fue el caso de la agencia de publicidad española Ruiz Nicoli, en la que su Presidente, Pedro Ruiz Nicoli, decidió sumarse a nuestro objetivo de luchar contra la pobreza y las desigualdades. Desde 1994 esta agencia se comprometió con la causa humanitaria de Ayuda en Acción, poniendo a nuestra disposición sus equipos creativos, los medios técnicos y los recursos económicos necesarios para que la sociedad española conociera la situación de muchos países y colaborase con el trabajo de la organización, a fin de mejorar sus condiciones de vida.

La dureza de la publicidad basada en imágenes de miseria extrema que Ayuda en Acción utiliza en sus primeras etapas se contraponen con la dureza conceptual de esta segunda etapa, que buscaba

»



sensibilizar a la sociedad y que supuso un cambio en la trayectoria seguida por la organización hasta entonces.

En este periodo, la comunicación evolucionó más allá de los mensajes genéricos de pobreza, dando un paso más para mostrar la problemática a la que nos enfrentábamos día a día, mediante la creación de campañas específicas. Se trataba de obtener, con los mínimos medios, la máxima notoriedad. Un reto para los equipos creativos que se enfrentaban a un trabajo en el que se actuaba con otros códigos y conceptos más difíciles de comunicar.

El difícil concepto de solidaridad


La solidaridad era para el consumidor un concepto complejo, donde las emociones jugaban un papel importante. Surge la necesidad de llamar la atención para evitar una postura pasiva ante la publicidad social. Así nace en 1996 la campaña «Si estás harto, actúa».

Posteriormente se difunden mensajes más positivos. Se partía por entonces de una base sólida: el reto era avanzar un paso más, llegar al corazón y crear mayores vínculos afectivos entre la población dispuesta a colaborar y nuestra organización.

Una sociedad que comenzaba a adquirir, por un lado, una cultura solidaria y, por otro, una cultura de vida sana y de prevención de enfermedades. Con nuestra campaña «Practica el mejor ejercicio para tu corazón: la solidaridad» unimos el concepto deportivo y el corazón, a través de la solidaridad. Queríamos que nuestros colaboradores fuesen “Gente Ayuda en Acción” con unos valores y una forma de ser similares.

A mediados de los noventa, una gran parte de la sociedad española conocía ya Ayuda en Acción, así como las causas de su labor. Ahora quedaba el desafío de comunicar qué hacemos y qué impacto y alcance tiene nuestro trabajo. ■

SI ESTÁS HARTO DE VER IMÁGENES COMO ÉSTA.



SI, DESEO RECIBIR MÁS INFORMACIÓN SIN COMPROMISO.

Nombre _____
 Dirección _____
 Localidad _____ Provincia _____
 C.P. _____ Tel. _____
 C/ Sabores, 18. 28004 Madrid. C/ Sabores, 21. 37. 00007 Barcelona.
 Tel.: 902 402 404. Web: www.ayudaenaccion.com

En el tercer mundo muere un niño cada tres segundos.
 Si estás harto de ver cómo se repite esta tragedia,
 tú puedes cambiar su futuro.
 Apadrina un niño. 80 ptas. al día bastan para mejorar su entorno.

Si estás harto, actúa.

Desde 1981
Ayuda en Acción
 Sembrando Futuro

ENVÍANOS UN CUPÓN COMO ÉSTE.

APADRINANDO UN NIÑO ASEGURAS EL DESARROLLO DE SU COMUNIDAD

Practica aquí el ejercicio más sano para tu corazón



Rellena este cupón

COMIENZA CADA 3 SEGUNDOS MUERE UN NIÑO EN EL TERCER MUNDO.

SI, DESEO RECIBIR MÁS INFORMACIÓN SIN COMPROMISO.

Nombre _____
 Dirección _____
 Localidad _____ Provincia _____
 C.P. _____ Tel. _____
 C/ Sabores, 18. 28004 Madrid. C/ Sabores, 21. 37. 00007 Barcelona.
Tel.: 902 402 404

Practica el mejor ejercicio para tu corazón: la solidaridad. En Ayuda en Acción, necesitamos que la ejercites para poder impulsar nuestros Proyectos de Desarrollo Integral en el Tercer Mundo. Corre. Rellena este cupón y contribuirás a llevar la esperanza a quien más lo necesita. **Apadrina un niño**

Desde 1981
Ayuda en Acción