

Los taxistas de Sevilla lo tienen claro: proteger la vida del no nacido es una buena campaña

Hasta 30 taxistas de Sevilla acogen “con gran entusiasmo” la renovada campaña de la asociación ‘Pro-Vida’ de Mairena del Alcor que lleva su mensaje contra el aborto a miles de personas

Las puertas y la parte trasera de aproximadamente 30 taxis locales que circulan por las calles de Sevilla son portadores desde comienzos del pasado mes de noviembre de un mensaje ‘provida’ destinado a miles de personas: “Aborto No, por lo que más quieres”.

Se trata de una campaña lanzada por la [asociación Pro-Vida de Mairena del Alcor](#) (Sevilla), localidad hispalense de unos 20.000 habitantes, dentro del programa ‘Taxis contra el aborto’ que iniciaron en 2005 y que hasta hace poco mostraban el eslogan ‘Vida Sí, Aborto No’. Este año y con el nuevo lema, la campaña ha tenido aún una mayor aceptación.

La imagen de la campaña, acogida “con gran entusiasmo” por los taxistas sevillanos, que cada año se suman a esta iniciativa y reciben la felicitación de sus clientes, muestra la foto de un niño con lágrimas en los ojos al lado del lema “Aborto No, por lo que más quieres”

La publicidad se mantendrá en los taxis durante un mínimo de seis meses y podría alargarse, ya que también existe la posibilidad de apadrinar uno de estos vehículos llamando al teléfono 955.942.797. De esta manera, se podrían cubrir los gastos publicitarios.

“Taxistas muy contentos”

Manuel Fernández, presidente de la asociación y responsable de la campaña, que utiliza también vallas publicitarias para extender su mensaje *provida* entre la población, asegura que gracias a los cambios realizados, la campaña en taxis de Sevilla está encontrando cada vez más acogida, tanto entre los conductores como entre los pasajeros que utilizan el taxi en la capital hispalense.

El nuevo eslogan “*ha gustado muchísimo*”, pues ahora se muestra el rostro de ese niño llorando y la petición ‘*por lo que más quieras*’ tras el lema ‘Aborto No’, insiste Fernández en declaraciones al diario *La Gaceta*.

Según explica el presidente de *Pro-Vida* de Mairena, «los taxistas están muy contentos por las campañas anteriores. Suelen tener felicitaciones y nos dicen que son muchas más las cosas agradables que les dicen que las desagradables, tanto en las paradas —porque les pitan o hacen signos de aprobación otros conductores— como en los trayectos los usuarios del taxi».

«Eso contagia a los taxistas, que se sienten arropados, y tenemos muchos más queriendo poner la publicidad que lo que podemos pagar», subraya. Al principio no era así, puesto que, según Fernández, «había un poco de temor, incluso por parte de ‘Provida’ de Sevilla, de que pudiera ser conflictivo».

«Pero ahora todos los taxistas que lo han puesto otros años lo quieren, y se portan muy bien, porque, cuando termina la campaña, muchos dejan las pegatinas puestas durante todo el año; o, si tienen que poner otra campaña, dejan la pegatina pequeña de la nuestra detrás», concluye.

Un ejemplo para Barcelona

Por otra parte, la gran acogida que ha tenido la campaña entre los taxistas de Sevilla contrasta de alguna

manera con la que mostraba el Ayuntamiento de Barcelona en diciembre de 2009, cuando [vetó la campaña provida de 'Mucho en Común'](#) en los autobuses de la capital catalana, que pretendía sensibilizar a los jóvenes y al resto de la sociedad sobre las consecuencias del aborto.

Cabe recordar que contra esa decisión la asociación [E-Cristians](#) envió una serie de escritos a autoridades pidiendo que el 'Protocolo' con que justificaban el consistorio y la Entidad Metropolitana del Transporte de Barcelona su decisión quedara sin efecto.

Posteriormente, en marzo de 2010, el *Síndic de Greuges* (defensor del Pueblo) de Barcelona dio la razón a *E-Cristians* al advertir a *Transports Metropolitans de Barcelona (TMB)* que [se pueden publicitar campañas provida en los autobuses](#).

Sin embargo, en febrero de este año, el Grupo del Partido Popular en la Entidad Metropolitana del Transporte de Barcelona seguía insistiendo ante la pasividad de *TMB* y dirigía una petición al presidente de la entidad en la que «*insta a la empresa Transportes Metropolitanos de Barcelona (TMB) a dejar sin efecto la normativa*» que veta el debate de ideas en la inserción de publicidad en los autobuses.