



CATALÀ / CONSCIENCIACIÓ VIÀRIA

## Prevençió i corresponsabilitat a la carretera, factors clau en la bona acollida de les campanyes de seguretat viària del 2021

🕒 07 setembre 2022 👤 INFOTRANSIT 💬 DEIXA UN COMENTARI

L'any passat, el Servei Català de Trànsit va centrar les dues campanyes de sensibilització en els col·lectius vulnerables dels motoristes i els ciclistes. A **"La ruta més segura"**, els conductors i conductores de moto de gran cilindrada es convertien en uns prescriptors que no només explicaven la seva experiència a la carretera, sinó que també instaven a adoptar conductes cíviques i responsables al manillar per tal d'evitar la sinistralitat viària d'aquest col·lectiu. Sobretot, quan una de cada tres víctimes mortals a la xarxa viària interurbana de Catalunya són motoristes, i només l'any passat n'hi va haver 47 de morts. Així mateix, a **"Evitem-ho"**, es buscava la necessitat de tenir més percepció de risc i consciència de la pròpia vulnerabilitat als ciclistes i també el respecte mutu entre aquest col·lectiu i la resta d'usuaris de la carretera. Tot això atès que l'any 2021 van morir 4 ciclistes en zona interurbana, encara que des de l'any 2010 n'han mort més d'una vuitantena.

### L'experiència al servei de la prevenició

El testimoni dels vuit motoristes protagonistes de la campanya **"La ruta més segura"**, quatre homes i quatre dones, posa en relleu l'experiència d'aprendre dels propis errors en la conducció o de les situacions de risc provocades pels altres usuaris de la xarxa viària. Alguns dels temes que destaquen durant els espots d'aquesta acció comunicativa són la importància de dur un equipament de protecció adequat, fer un bon manteniment de la motocicleta i practicar una conducció tranquil·la i preventiva, sense excedir la velocitat permesa i respectant els senyals de trànsit. A més, també exposen aspectes més personals com, per exemple, les conseqüències d'haver patit un accident greu a la carretera, com

viuen les famílies l'afició per la moto o la pèrdua d'amics a causa d'un sinistre mortal. Totes aquestes reflexions incideixen en la idea que la responsabilitat al manillar ha de ser màxima i també posen el focus en el valor de la vida.



Dels posttests d'aquesta campanya es desprèn que el format testimonial i el discurs constructiu i amable dels protagonistes reals són efectius a l'hora que els espectadors rebin el consell d'adoptar una conducció tranquil·la, segura i responsable amb la moto, tot recordant que l'important és el trajecte i no tant el destí. Aquests consells han de conviure amb l'èmfasi que també se'ls transmet en relació amb la passió per la moto, que afavoreix que se sentin identificats amb la campanya però que ara la fa més complexa. També es valora positivament que no s'apelli a la por per conscienciar. Malgrat que el públic pren consciència dels riscos de conduir un vehicle de dues rodes i de la possibilitat de caure, això no s'ha de traduir en tenir por de desplaçar-se en moto, però sí en tenir prudència i respecte. I, en aquest sentit, això es considera ben resolt en els diferents espots de la campanya.

A través de la seva experiència, els protagonistes de la campanya també expliquen als espectadors "m'ha passat això, he après, aprèn-ho tu també perquè no et passi el mateix". Tanmateix, però, l'anunci no criminalitza la moto i les conductes incíviques que sovint s'hi associen, sinó que reconeix que a vegades es cometen errors, i encoratja a seguir desplaçant-s'hi però sempre amb seny i respecte. També agrada la idea que transmet un dels espots de la campanya que, a vegades, la pressió grupal pot influir negativament a l'hora d'agafar la moto i fer imprudències, com per exemple excedir la velocitat permesa. Davant d'això, es creu que l'anunci insta a no "escalfar-se" dalt de la moto, a ser conscient dels propis límits i a adaptar-se a les circumstàncies personals i a l'estat de la via quan es condueix.

Com a mesures de prevenció i autoprotecció, s'està d'acord que un bon manteniment de la motocicleta és imprescindible. Així mateix, i per la manca de xassís, es considera determinant portar l'equipament adequat. En aquest sentit, a l'estiu és més fàcil relaxar-se, abaixar la guàrdia i no portar la roba i les proteccions oportunes, i és aleshores quan un pot deixar-se la pell a la carretera. Per tant, cala la idea que, si condueixes una moto, has de fer-ho bé, com cal i adaptant-te al context.

## La responsabilitat compartida en l'ús de la via pública

La història de la campanya "Evitem-ho" està basada en fets reals i explica les dues perspectives d'un mateix fet, que és un accident de trànsit en què va morir un ciclista. L'espòt mostra com un grup de ciclistes posa un ram de flors en una carretera per recordar la víctima, mentre un amic recorda i narra el fatídic moment. A l'anunci també es relata com va viure el sinistre el conductor de l'altre vehicle implicat.



Dels posttests d'aquesta campanya es desprèn que, en general, s'accepta la idea que els accidents de trànsit comporten unes seqüeles inesborrables i que per això un ha de ser conscient de la corresponsabilitat de tots els usuaris de la via pública a peu de carretera. Agrada que s'exposin els fets sense buscar culpables ni criminalitzar a ningú i que tampoc caigui en la morbositat. S'acaba tenint empatia pel conductor que ha atropellat el ciclista, que no ha tingut cap actitud temerària sinó un descuit, i també pel ciclista que ha mort, que era la part més fràgil.

Es creu que l'espòt ajuda les dues parts implicades a fer autocrítica i a reflexionar. Els ciclistes admeten que, a vegades, ho fan malament a la carretera, per exemple ocupant tota la calçada i no anant en fila, però consideren que difícilment matarien algú en cas d'imprudència. En canvi, el conductor del turisme en surt més mal parat: el conductor que té un descuit mata algú, i això té conseqüències per a tota la vida. És una dura condemna.

Tant d'aquesta campanya com de l'anterior es valora favorablement que no caiguin en l'amenaça en relació amb les sancions i la detració de punts o fins i tot amb la presó. No són anuncis repressius i són empàtics. Això fa que s'identifiquin amb els seus protagonistes.

## Alguns aspectes per millorar les campanyes

En el cas de "La ruta més segura", un dels aspectes que s'assenyalen com a millorables és que l'anunci s'adreça a conductors de moto de gran cilindrada, els quals es creu que ja acostumen a anar ben preparats i protegits i amb un bon manteniment de la moto. Davant d'això, es considera que podria utilitzar-se un eix de comunicació semblant però també adreçat a altres tipus de motocicletes, entorns –com ara la ciutat– i fins i tot altres vehicles. També es considera que en els espòts s'hauria d'incidir més en les imprudències dels motoristes, a banda del que ja fan bé, i en els perills que aquest col·lectiu es troba a la carretera i a la ciutat i que també els posen en risc. A partir d'aquí, fer una crida a la prudència des de la seva realitat. Finalment, també es creu que funcionaria millor que els

protagonistes de cada espot fossin equitativament homes i dones, i no que en la majoria dels diferents anuncis estiguin segregats. Pel que fa a la campanya "Evitem-ho", tot i que la història es percep versemblant, es troba a faltar protagonistes reals per explicar-la. Sobretot perquè, en el context actual, es demana un alt grau de realitat i autenticitat.

---

## 📌 CAMPANYA DE CONSCIENCIACIÓ VIÀRIA

Deixa un comentari

Write a comment...

Comentari

Cerca ...

## Twitter