

Gordo López, Angel; Parra Contreras, Pilar; Heiber, Rafael
Campaña interactiva de prevención de accidentes: quetemueve.org
Universidad Complutense de Madrid. Área de Ciencias Sociales
Madrid, 2011
21 x 29.7, 100 pp.
ISBN: 978-84-694-9838-5

© De los textos: los autores
© De las fotografías: Publicyan, S.L

Edita:
Universidad Complutense de Madrid

Coordina:
UNESPA, en colaboración con Cibersomosaguas, Farapi y Procambio

Diseño, maquetación e impresión:
Publicyan, S.L

ISBN: 978-84-694-9838-5

ÍNDICE



0. PRÓLOGO	6	4. FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA	54
		4.1. Difusión de la plataforma	55
		4.2. La plataforma www.quetemueve.org	56
1. INTRODUCCIÓN	8	5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA	64
1.1. Panel de entidades expertas sobre la cultura de la automovilidad	9	5.1. Características de la muestra, ficha socio-demográfica	64
1.2. Objetivos	11	5.2. Batería motivacional	65
1.3. Público objetivo	11	5.3. Batería sociocultural y corroboración de los tipos ideales	72
1.4. Marco teórico	11		
1.5. Diseño metodológico	18	6. CONCLUSIONES	84
2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES	20	ANEXO 1: Ficha sociodemográfica, contenido y codificación	86
2.1. Género	23	ANEXO 2: Batería motivacional: preguntas, códigos y feedbacks	88
2.2. Edad	26	ANEXO 3: Batería sociocultural: preguntas, tipos ideales y feedbacks	90
2.3. Jóvenes y hábitos de conducción	33	BIBLIOGRAFÍA	98
3. GRUPOS DE DISCUSIÓN	36		
3.1. Identificación de las principales dimensiones analíticas	38		
3.2. Tipos ideales	38		

0. PRÓLOGO

Las entidades aseguradoras vienen trabajando individualmente en acciones de respaldo de la seguridad vial prácticamente desde que esta política preventiva se aplica en España. A principios de los años 90 el seguro refuerza esas acciones individuales con una actuación sectorial que, a lo largo de los años, se ha ido concretando en numerosas actividades.

Nuestra última apuesta se ha materializado con la convocatoria de los premios Unespa de Seguridad Vial, que representan el compromiso del sector asegurador español por la reducción de la siniestralidad. La Comisión de Automóviles ha venido patrocinando diferentes actividades para la prevención de los accidentes desde hace más de veinte años, siendo por tanto pioneros en esta materia. En el año 2009 esta apuesta por la Seguridad Vial evolucionó hacia un modelo de concurso que buscaba, principalmente, incentivar y facilitar la puesta en marcha de las ideas novedosas que diferentes instituciones estaban planteando. Cibersomoguas, con la iniciativa que recoge este libro, fue el primer galardonado en estos Premios y el jurado le reconoció un plan-

teamiento avanzado, con la web como punto de encuentro, y el esfuerzo en concentrarse en los conductores jóvenes que eran los que presentaban una mayor siniestralidad.

La Comisión de Automóviles de Unespa, donde están representadas la mayoría de las aseguradoras de vehículos de este país, considera que el trabajo ha rendido sus frutos y que, como el lector podrá apreciar, los expertos han elaborado una adecuación del lenguaje a los distintos perfiles muy útil para mejorar la eficacia de los mensajes. Hoy sabemos cómo llegar con más facilidad a los diferentes grupos de jóvenes lo cual, necesariamente, se tiene que convertir con el tiempo en una mayor prudencia en la conducción y su consiguiente reducción de la siniestralidad.

Desde Unespa, la Asociación Empresarial del Seguro que representa al conjunto de entidades aseguradoras, celebramos este trabajo y felicitamos a sus autores agradeciendo su esfuerzo y contribución a todas las personas que participaron y/o colaboraron en el mismo.

unespa ASOCIACIÓN
EMPRESARIAL
DEL SEGURO

1. INTRODUCCIÓN

La principal finalidad de este trabajo ha sido **generar y poner en marcha una campaña piloto de sensibilización y prevención** con el fin de reducir las actitudes y los comportamientos de riesgo en la carretera de jóvenes conductores a través de una plataforma web que incluye una herramienta de autoevaluación de actitud y conductas de riesgo.

El objetivo principal fue desarrollar claves para la elaboración de intervenciones y estrategias de sensibilización en grupos sociales específicos por medio de metodologías participativas y tecnologías interactivas de **evaluación-intervención**.

En concreto se pretendía elaborar una comprensión sociológica de las características socioculturales que intervienen o median los distintos posicionamientos de los jóvenes hacia el automóvil, los valores, formas de vida y ocio que giran en torno al automóvil, y distintas formas de apropiación (o resistencia). Para la consecución de este objetivo se tuvieron en cuenta distintas características sociodemográficas entre las que destacó el capital cultural y el capital económico, al igual que el hábitat, el tipo y frecuencia de uso, así como los motivos de los desplazamientos y otras dimensiones igualmente rele-

vantes como ser conductor-a o acompañante y el tipo de beneficios y desventajas de la prudencia o el riesgo percibidos por los distintos grupos de jóvenes. Estas categorías han permitido personalizar los mensajes de texto preventivos en función de los distintos grupos de pertenencia, optimizar su incidencia además de arrojar una comprensión sociológica de la cultura del automóvil y la siniestralidad vial.

Por ello, lo que distingue a este proyecto es la generación de **mensajes adaptados a diferentes perfiles**. Hemos centrado nuestros esfuerzos en identificar diferentes perfiles entre las personas jóvenes para poder adaptar los mensajes y conseguir un mayor nivel de identificación en la autoevaluación. Consideramos que las campañas de tipo generalista, aquellas que no distinguen las características que diferencian a los colectivos, corren el riesgo de no llegar a ciertos sectores de la población, por lo que es primordial identificar estos sectores y sus características para poder generar los mensajes adecuados a cada uno de ellos.

Asimismo, es importante tener en cuenta que los motivos de las personas jóvenes para asumir o evitar riesgos van a estar condicionados por factores que cambian de un colectivo a otro.

Este proyecto se ha basado en un interesante y atractivo programa que se llevó a cabo en la Universidad de Málaga en los años 2004 y 2005: “¿Te arriesgas?”. Se trataba de proporcionar una herramienta de autoevaluación y consejo preventivo personalizado sobre las actitudes de riesgo en la carretera, mediante una página web. En nuestro caso lo que he-

mos pretendido es afinar, mejorar y ampliar este programa introduciendo novedades tanto teóricas como metodológicas¹.

1.1. Panel de entidades expertas sobre la cultura de la automovilidad

Este trabajo ha sido realizado por el panel de entidades expertas creado para la investigación de la cultura de la automovilidad por parte de **CIBERSOMOSAGUAS** (Universidad Complutense), **FARAPI**, **DISCOURSE UNIT** (Universidad Metropolitana de Manchester) y **PROCAMBIO**, que han garantizado la calidad necesaria para el desarrollo de este proyecto concreto alrededor de la siniestralidad vial y su prevención.

CIBERSOMOSAGUAS (www.cibersomosaguas.com) es un grupo de investigación de la Universidad Complutense de Madrid, también financiado por la Comunidad Autónoma de Madrid, especializado en el estudio de las relaciones entre tecnología y sociedad desde una perspectiva interdisciplinar. El estudio de la siniestralidad vial es una de las principales temáticas de interés del grupo y se remonta a trabajos previos acerca de las relaciones entre usos y valores en torno al automóvil en la sociedad occidental, con especial énfasis en las relaciones entre aspectos de subjetividad y las tecnologías del transporte (Gordo López, 1997; Gordo López, 1998; Gordo López y Cleminson, 2004). Esta

línea de investigación analiza los flujos y movilidads en las sociedades contemporáneas, siguiendo la estela de estudios sobre la cultura material y en particular el paradigma de la movilidad desarrollado por teóricos como John Urry. A través del estudio de las culturas de la automovilidad Cibernomosaguas analiza la centralidad de la movilidad social y en particular los valores culturales y sociales asociados a sus artefactos más representativos como los móviles y el automóvil. Otras líneas de investigación de Cibernomosaguas incluyen (i) nueva gestión tecnológica e instituciones públicas; (ii) movimientos sociales y cultura libre (iii) cultura digital/cultura móvil.

FARAPI (www.farapi.com), es una empresa spin-off universitaria dedicada al diseño, la dirección, la ejecución y la comunicación de proyectos cualitativos. Está constituida por un equipo de profesionales de la antropología social que cuenta con una larga experiencia en investigación sociocultural. Varias de las personas miembros del equipo han investigado en el ámbito académico, y en especial han participado en muchas investigaciones sobre diferentes aspectos del sistema de género que estructura nuestra sociedad, que le han hecho que se especialice en temas como el de la movilidad y la siniestralidad vial.

DISCOURSE UNIT (www.discourseunit.com), es un centro de investigación ubicado en la Universidad Metropolitana de Manchester que fomenta trabajos y proyectos de investigación



1. Asimismo, ha sido un referente DROJNET, un proyecto europeo de Cooperación Interregional Transfronteriza para el desarrollo de un Servicio de Información sobre las Drogas Interactivo y adaptado al Público Joven. De este proyecto nos ha interesado, especialmente, su carácter participativo, puesto que los y las jóvenes han participado en la elaboración de los mensajes de texto (SMS) a través de grupos de discusión: <http://www.drojnet.eu/sp/index.php>, De Pozo, Pérez y Ferreras 2009.

1. INTRODUCCIÓN

en el ámbito de la psicología desde una perspectiva interdisciplinar. El centro funciona como un referente para la docencia de investigaciones cualitativas y feministas y como una red internacional para el desarrollo de investigaciones críticas. El Centro lleva tiempo colaborando con distintos grupos de investigación en Alemania, Suráfrica, Venezuela, Chile, Nueva Zelanda, Finlandia, Noruega, Brasil, Turquía, Grecia, Portugal, Suecia, Estados Unidos. Ángel Gordo forma parte del Grupo desde 1991, lo que ha permitido una estrecha colaboración entre la Unidad del Discurso y distintos grupos de investigación en la Universidad Autónoma y Universidad Complutense de Madrid. Estas colaboraciones se han realizado a través de jornadas y encuentros científicos, publicaciones y proyectos de investigación conjuntos.

GRUPO PROCAMBIO es un grupo de profesionales de psicología, ciencias sociales y de la comunicación interesados en el diseño y desarrollo de programas dirigidos a la promoción de conductas saludables y a la prevención y reducción de los comportamientos arriesgados en la población juvenil. Su experiencia se ha centrado en la aplicación estructurada de técnicas basadas en la intervención motivacional potenciadas por su integración en el marco de los procedimientos y la metodología del marketing social. Han puesto en marcha, en colaboración con la Junta de Andalucía y diferentes municipios de la provincia de Málaga, distintos programas de reducción de riesgos asociados al consumo de alcohol y otras drogas en diversos centros educativos como Escuelas Taller e Institutos de Enseñanza Secundaria (“Progra-

ma Saber Beber”). También han desarrollado varias actuaciones dirigidas a la prevención de accidentes de tráfico entre los estudiantes de la Universidad de Málaga (“Reduce tus Riesgos” y “¿Te Arriesgas?”).



1.2. Objetivos

• Objetivo principal:

- Reducir las actitudes de riesgo mediante una campaña de sensibilización y prevención interactiva basada en Internet, considerando las propias declaraciones y opiniones de los y las jóvenes en función de su posicionamiento social.

• Objetivos secundarios:

- Identificar diferentes perfiles asociados a conductas de riesgo entre las personas usuarias del programa.
- Crear mensajes personalizados y adaptados a los diferentes perfiles de riesgo a partir de las propias declaraciones y opiniones de las personas jóvenes en función de su posicionamiento social.

- Generar una plataforma basada en la participación e interacción con el público objetivo.
- Ofrecer un formato más accesible y atractivo para la sensibilización de las personas jóvenes, razón por la que se ha optado por un medio como es Internet.

1.3. Público objetivo

El público objetivo de esta campaña son las personas jóvenes por una razón poderosa: entre ellas se da el mayor nivel de siniestralidad vial. Pero dentro de este grupo de edad nos encontramos con peculiaridades que nos permiten definir subgrupos, y este aspecto es fundamental en nuestro planteamiento, puesto que el objetivo que perseguimos es el de optimizar la incidencia de los mensajes preventivos en función de las características de estos subgrupos y la relación que mantienen con el coche y los elementos que componen el entorno y los contextos de la conducción.

1.4. Marco teórico

El coche se ha convertido en el aparato global de transporte, subordinando otras formas de movilidad como el caminar, la bicicleta o el tren. El resultado es la reorganización integral de la vida: la ciudad, el trabajo, la familia, la infancia, el ocio, el placer o la libertad (Urry, 2004; Whitelegg, 1997). Si bien no hemos llegado aún a niveles irreversibles de dependencia del coche que

1. INTRODUCCIÓN

se aprecia en otros países (como EE.UU.), avanzamos hacia ese horizonte porque la planificación urbana basada en la dispersión y la especialización (Delgado, 2007; Observatorio Metropolitano de Madrid, 2007) conlleva la total dependencia del automóvil o mayor aislamiento para quien no dispone de un vehículo. Sin embargo, nos parece primordial ir más allá de esta simple consideración. Según Urry (2000: 59) “la importancia del coche es que reconfigura la sociedad civil incluyendo diferentes maneras de vivir, viajar y socializarse en la misma y a través de un tiempo-espacio movilizad”.

Al hilo de todos estos valores y prácticas en torno al automóvil conviene reparar en el concepto de “automovilidad” y en el modo que conjuga dos nociones: autonomía y movilidad. El concepto de automovilidad significa la posibilidad que una persona tiene de moverse libre e individualmente en el espacio. Según Urry (2004) vivimos inmersos en lo que ha denominado el “sistema de automovilidad”, es decir, un sistema basado en el presupuesto de que todas las personas disfrutan de la capacidad de autotransportarse que proporciona el vehículo privado. Afirmar que vivimos en este sistema presupone el desarrollo y uso de esta capacidad de autotransportarse mediante un vehículo a motor, con todo lo que ello conlleva tanto a nivel micro (organización de la vida diaria de las personas, desarrollo de proyectos de vida individuales y procesos de individuación) como macro (a nivel de organización social, política territorial y económica).

En una sociedad fundamentada en este sistema, carecer de capacidad de automovilidad

equivale a sufrir de una discapacidad física, viéndose mermados algunos de los derechos básicos de las personas y fomentando el sentimiento de que se hallan marginadas socialmente (o de correr ese peligro) (Sheller, 2004).

Si aceptamos la hipótesis de que vivimos en un sistema basado en la automovilidad no debe sorprendernos que aspectos culturales y/o personales confluyan con otros de carácter más global y sistémico. En este sentido quisiéramos resaltar algunos de estos aspectos que nos permiten entender mejor la dimensión que alcanza la automovilidad en ámbitos incluso íntimos; ya que, cuando compramos un coche, compramos algo más que un artefacto, compramos igualmente privilegios, identificaciones y promesas de estatus y distinción social (Domínguez, 2006).

Tal y como nos dice Urry (2002: 2), “el coche es el objeto principal de consumo, después de la vivienda, que provee de estatus a su propietario-a a través de una serie de signos-valores”. El coche cuenta con una serie de características que lo hace muy propicio para erigirse en símbolo de estatus o en expresión pública de una persona: es un objeto “muy poderoso y móvil” (Íbidem); el margen de transformación de su aspecto interior y exterior hacen del coche un objeto altamente personalizable; refleja la capacidad adquisitiva de su propietario-a a quien le permite asimismo expresarse a través de un estilo de conducción; y ofrece un sinfín de posibilidades para expresar valores relacionados con diferentes estilos de vida.



Gracias a la versatilidad estética de los coches y al estilo que se le imprime a la conducción, tener un coche es conquistar un cierto estilo de vida, “un sueño realizable” (Miller, 2001). Contar con un vehículo propio, además, proporciona posibilidades reales de socialización. No contar con un coche supone reducir la capacidad de mantener una red de relaciones y actividades sociales, aspecto que incide también en el estatus de las personas así como en su autopercepción.

El coche forma parte de lo que Sheller (2004) denomina “contextos afectivos y de sociabilidad”, en el sentido de que posibilita la creación de una serie de contextos que son esenciales en la creación y mantenimiento de relaciones personales afectivas, de solidaridad o de amor: ir de excursión; salir con los-as amigos-as; recoger a los niños y las niñas del colegio; ir a visitar a un pariente; recoger a alguien en el aeropuerto o hacer una escapada romántica. Un desplazamiento adquiere un significado diferente dependiendo del medio que se utilice, porque el coche

permite la creación de un sentido más privado, más especial y de mayor complicidad entre las personas implicadas.

Este es un aspecto que queda claramente reflejado en la importancia que tiene para muchos-as jóvenes el coche a la hora de socializar, particularmente en lo que se refiere a su relación con sus iguales. Los contextos, por ejemplo, de fiesta, son un claro ejemplo en el que tanto la propia fiesta como la relación entre las amistades con las que se acude a ella cambian de significado si el coche está o no presente.

Los coches cuentan a su vez con la capacidad de activar sentimientos de muy diferente índole. Existe una multitud de usos que hacemos de los coches que permiten despertar sentimientos relacionados con el amor, el cuidado, la solidaridad, la libertad, incluso la transgresión. Vivimos multitud de situaciones con una importante carga emocional en las que el coche juega un papel importante, en las que representa el eje del contexto



1. INTRODUCCIÓN

que posibilita la demostración o activación de ciertos sentimientos.

Pero no sólo activa sentimientos con respecto a los demás, sino también con respecto a situaciones o momentos de la vida. Puede generar una fuerte sensación de libertad, de control, de poder, de seguridad, de aventura, de voluptuosidad, de riesgo, al igual que sentimientos negativos de inseguridad, de miedo o de falta de control.

El coche es asimismo un espacio íntimo, personal, equiparable al hogar, puesto que es privado y personalizado, donde se pueden crear diferentes ambientes, impregnarlo de carácter. Puede simular el ambiente doméstico convirtiéndose en una especie de sala de estar móvil. Es, sin duda, para muchas personas, un lugar más íntimo que el propio hogar. Se puede incluso concebir como refugio. Es también un espacio de libertad en el que se puede ser como quiera cada cual.

Algunos-as autores-as han comparado el coche también con un santuario, en el sentido de que representa una zona de inmunidad entre el/la conductor-a y el mundo o el espacio exterior (Bull, 2004), especialmente ante la confusión, la inestabilidad, la indefinición y los peligros del mundo exterior que atravesamos al conducir. Como señala Urry (2002: 6): “cuanto peor sean las carreteras mayor será el placer, la seguridad y la sensación de hogar que se busca en el coche”.

Nos interesa resaltar, particularmente, y para lo que concierne a este estudio, que el coche

representa algo que va mucho más allá de un mero medio de transporte (que, como tal, puede ser peligroso). El apego al coche, el abuso de su utilización, su uso, a veces temerario, no están asociados únicamente a su carácter utilitario, sino también a la relación tan personal que con él se establece, al lugar que ocupa en las vidas de las personas. Es por ello que consideramos indispensable tener en cuenta estas cuestiones a la hora de diseñar campañas efectivas de sensibilización. Si el coche apela a lo personal y a lo íntimo, no se deben ignorar estos aspectos, que son, en definitiva, los que generan las mayores resistencias a realizar un uso racional de él.

En este contexto de automovilidad el coche pasa de ser un objeto útil y necesario para nuestros desplazamientos a ser un objeto investido de deseo y distinción. En este sentido, no sólo necesitamos un coche, sino que lo deseamos. Aquí cabe preguntarse: ¿cómo se puede convertir un dispositivo letal en un objeto de deseo e imprescindible en nuestras vidas?

En el sistema automovilidad, los procesos de subjetivación que forman identidades individual y colectiva, hicieron de los coches un objeto de deseo y distinción y no solo de necesidad. Así, la producción inmaterial en torno al coche (creativa, intelectual, afectiva y emotiva) es tanto o más potente que el propio artefacto material.

Muchos ejemplos publicitarios nos muestran las estrategias de diligencia - convencimiento subliminal - que participan de estos procesos de subjetivación, de creación de una

identidad y que se caracterizan por configuración específica del deseo. Es una forma de poder actuante en el cuerpo y hacia el cuerpo (Negri y Hardt, 2002), de persuasión sin una entidad explícitamente soberana, en que la producción de deseos se establece en los afectos y ejerce influencia directa sobre las decisiones en la vida o “gubernamentalidad” de la misma (Foucault, 1991). Se trata de un conjunto de sutiles mecanismos de

tivos, como riesgos potenciales y la causa de accidentes y muertes.

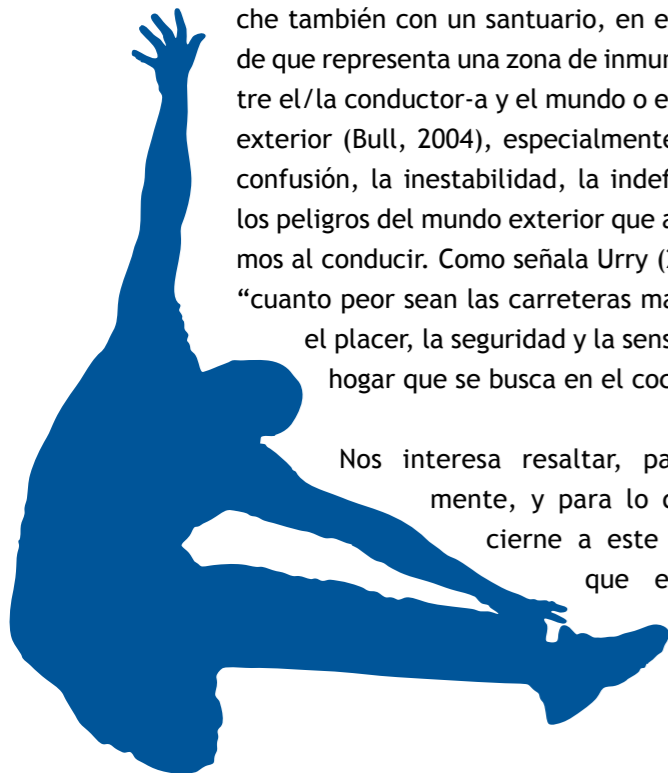
La ausencia de crítica y de acciones creativas en cuanto a la siniestralidad vial es exactamente el resultado de la estrategia de deseos, donde demandas de libertad, estatus, sensualidad y estilos de vida llevan el uso del coche a límites no gobernables. En última instancia, despoja al indi-



viduo de su propio sentido de vida y al del coche de su sentido fundamental de uso (el transporte).

Los deseos que participan en la relación que mantenemos con el coche son lo suficientemente potentes como para anular uno de los considerados instintos básicos de todo ser: el de la supervivencia. En este sentido, entendemos

gerencia de la vida que legitima el contacto del individuo con el mundo y sus actitudes cotidianas. Es un proceso de interiorización basado en estrategias de producción de deseo que, insertadas en el cuerpo cognitivo/afectivo individual y colectivo, alcanzan sus objetivos hacia la espontaneidad y la “voluntad propia”, reprimiendo conductas y emociones relacionadas con aspectos nega-



1. INTRODUCCIÓN

que sería necesario identificar, en la medida de lo posible, lo que mueve a las personas en sus opciones, entre las que se encuentran la de asumir un grado de riesgo en las carreteras a cambio de compensaciones de orden subjetivo.

La siniestralidad vial, en este contexto, se concibe como un efecto colateral de un modelo de movilidad que, si bien no es el único, sí podemos decir que resulta casi irreversible. La siniestralidad y la identi-

quien asume el tributo de sangre y sufrimiento que se cobra la modernidad, la cultura de la automovilidad (Galán, 2004).

Sin duda, el coche es el objeto popular más extendido con mayores capacidades letales que cualquier otro de los que poseemos. Sin embargo, esta relación con la muerte es generalmente ocultada, maquillada, a través de una imagen del coche como un objeto que se define, esencialmente, por sus virtudes.

Otras consecuencias, si bien igualmente directas y fácilmente apreciables, pasan algo más desapercibidas. La contaminación atmosférica, principalmente a escala urbana pero también con repercusión en el calentamiento global, además de la modificación sistemática del paisaje debido a la proliferación de infraestructuras necesarias para la circulación, la inversión económica que exige (tanto institucional como personal), el gasto sanitario, el agotamiento de fuentes de energía.

hemos señalado. Sin embargo, estas respuestas se restringen a menudo a soluciones técnicas (no beber, ponerse el cinturón, no usar el móvil, revisar la presión de los neumáticos y los niveles antes de ponerse en carretera) o a medidas punitivas individualizadas (carnet por puntos, “no podemos conducir por ti”; asimilar comportamientos viales irresponsables con delitos penales). Este tipo de soluciones tienen una efectividad limitada, puesto que no podemos obviar que estamos



cación actual con el automóvil están arraigadas hasta tal punto en nociones de progreso y modernidad que hemos llegado a acostumbrarnos a escuchar diariamente las noticias de los siniestros en la carretera, las cifras de los puentes, de las operaciones de salida y retorno. El hecho de que se trate de un goteo continuo y no tanto de una tragedia repentina, de que sus víctimas sean anónimas y dispersas, y de que siga siendo posible pensar que “a mí no me va a pasar”, no hace sino reforzar este letargo. Hemos desarrollado un grado de tolerancia y resignación muy alto a todo lo que rodea al tráfico. Asumimos sus consecuencias como

La publicidad ha hecho posible que la concepción más extendida e interiorizada sea la que ella propaga, reduciendo la fuerza de otras alternativas más relacionadas con la experiencia directa que se tiene de él: no sólo los accidentes de tráfico y la mortalidad, sino los atascos, los gastos e inversiones que requiere, los problemas de aparcamiento, el ruido, la contaminación atmosférica y un largo etcétera de consecuencias que están lejos de ser abstractas o inapreciables tanto por las personas usuarias de coches como por todas y cada una de las personas que convivimos con él.

Ante toda esta abrumadora realidad, el coche sigue siendo esencialmente concebido como un dechado de bondades: libertad, autonomía, rapidez, adaptabilidad, estética.

Esta percepción del coche es posible gracias a que nuestra relación con él no es equivalente a la que establecemos con una máquina que nos presta un servicio, sino que el coche representa algo de un alcance mucho mayor.

Es por ello que las respuestas que se deben dar a la siniestralidad deberían tener en cuenta todos los aspectos socioculturales que

ante a un fenómeno de hondo calado social, ante “una responsabilidad compartida” que difícilmente puede abstraerse de dinámicas sociales y económicas de mayor envergadura (Muñoz, 2007).

El “lobby” del automóvil asimismo se ha limitado en gran parte a delegar las políticas de siniestralidad vial en manos de la ingeniería de la seguridad vial (Estevan, 2001; Kulowski, 1960), y ha desarrollado medidas que no afectan a los principales factores de seducción de los coches: potencia y velocidad, siendo esta última una de las principales causas de accidentalidad y mortalidad en la carretera.

1. INTRODUCCIÓN

En este sentido hemos de reconocer el éxito con el que se ejecutan la ocultación y la reducción de todos los aspectos negativos que conlleva el coche, incluso la utilización productiva de la misma mediante estrategias relacionadas con los procesos de subjetivación (Böhm, Jones, Land y Paterson, 2006).

Repensar la automovilidad y su gestión, y con ella la siniestralidad vial, exige algo más que innovaciones tecnológicas o medidas técnicas. Es necesario seguir imaginando/implementando formas de subjetividad alternativas e imaginar un nuevo tipo de sociedad.

1.5. Diseño metodológico

Frente a otros estudios de la siniestralidad de corte generalista en los que prevalecen análisis de estadísticas oficiales descontextualizadas y cuestionarios (en su mayoría con escasa validez a la hora de comprender y transferir sus resultados a grupos sociales concretos), intentamos contribuir al análisis de la seguridad vial a partir de un conocimiento profundo de la cultura de la automovilidad y un análisis cualitativo del posicionamiento de grupos concretos de personas jóvenes frente a la misma.

En concreto la complementariedad (o diseño mixto), la dimensión participativa-evaluativa y la interactividad fueron las tres características principales del diseño metodológico desarrollado como detallamos a continuación:

• Diseño mixto:

- Trabajo de campo cuantitativo-documental (informes oficiales, fuentes estadísticas secundarias): hechos y datos sociales.
- Trabajo de campo cualitativo (bibliografía especializada, grupos de discusión) materiales narrativos/discursivos.

• Diseño participativo-evaluativo:

- Desde las visiones concretas de los jóvenes, sus comportamientos, actitudes y percepciones (riesgos, beneficios de los riesgos, estrategias de intervención).
- Desde el lenguaje y modalidades de comunicación interactivas que no sean descendientes-impositivas (sus declaraciones, vivencias y formatos comunicativos afines).

• Diseño interactivo de la plataforma evaluativa-interactiva:

- Contrastar la mayor o menor relevancia de las dimensiones claves identificadas.
- Contrastar los distintos tipos de posicionamiento sociocultural de los-as jóvenes hacia la cultura de la automovilidad (tipos ideales).
- Identificar nuevas dimensiones y tipos ideales de jóvenes en el contexto de la automovilidad.



2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES



La campaña publicitaria de DGT *Menos muertos siguen siendo muchos* indica la disminución de la mortalidad en la siniestralidad vial en los últimos años y alerta al mismo tiempo de que la disminución no significa el fin del problema. Desde el año 2003 hasta 2007 el número de muertos ha caído de 5.399 a 3.823, lo que supone una reducción del 29%. Por otro lado, el número de accidentes con víctimas (personas muertas, heridas graves y heridas leves) ha experimentado un pequeño aumento, a pesar de que ha estado siempre en torno a los 100.000 al año.

El intervalo de cuatro años que apreciamos en la tabla 1 muestra una

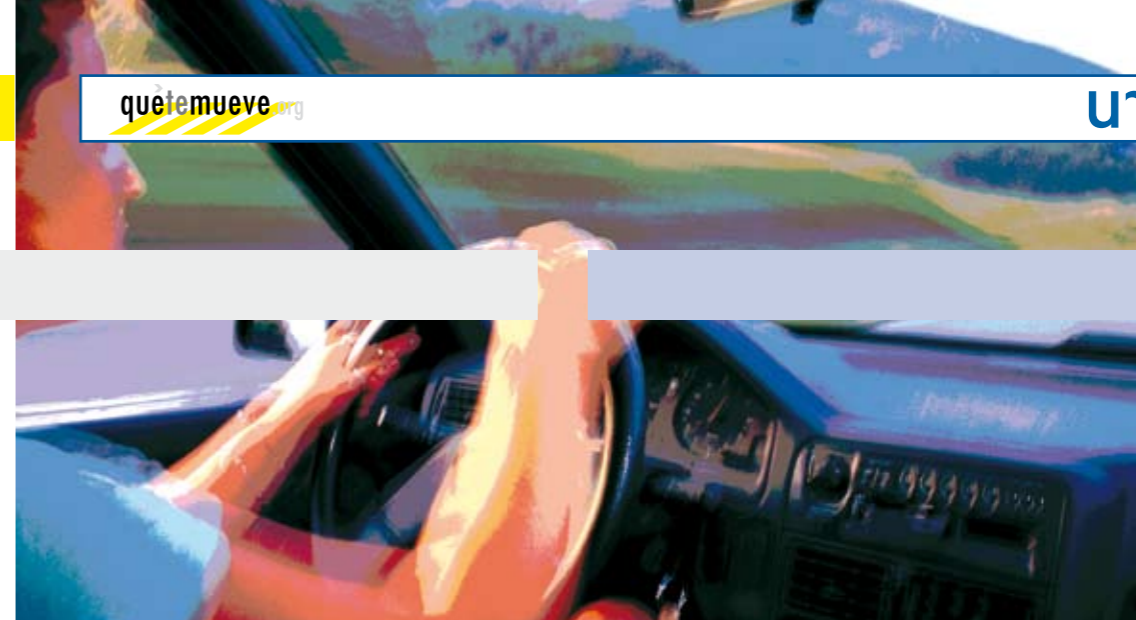
acentuada caída en las muertes y en el número de heridos graves, así como que las cifras de heridos leves y de accidentes en general han permanecido estables. La conclusión que se extrae de dichos datos es contundente: la siniestralidad no ha caído verdaderamente. Hemos entrado en un escenario de accidentes de menor gravedad, ya sea porque involucran a menos personas, o bien porque han sido menos violentos (porque las víctimas estaban mejor preparadas para absorber el impacto, usando el cinturón de seguridad o el airbag).

Estos argumentos son refrendados por los datos expuestos. Aunque son demasiado simples como para extraer cualquier conclusión, sí serían suficientes para reducir el optimismo de las instituciones, que se escuda en ellos para ocultar la verdadera magnitud del problema. ¿Sabemos si en los cien mil accidentes anuales con víctimas hubo algún cambio importante de conducta que haya librado a casi un tercio de las personas de la muerte?

Actualmente los coches representan tres cuartas partes del parque móvil español, que en total suma unos 28 millones de vehículos, de los cuales 21 millones son turismos. La participación de los coches en los accidentes sigue siendo importante: alrededor de

TOTAL	2003	2004	2005	2006	2007	2007/2006	2007/2003
Accidentes con víctimas	99.987	94.009	91.187	99.797	100.508	1%	1%
Fallecidos	5.399	4.741	4.442	4.104	3.823	-7%	-29%
Heridos graves	26.305	21.805	21.859	21.382	19.295	-10%	-27%
Heridos leves	124.330	116.578	110.950	122.068	123.226	1%	-1%
Fallecidos por 100 accidentes	5,4	5,0	4,9	4,1	3,8	-	-

Tabla1. Evolución de las víctimas, siniestralidad vial en España. (DGT, 2008a)



un 80%. Es decir, de los cerca de 100.000 accidentes anuales con víctimas en España, unos 80.000 son con coches, sin considerar que algunos de los accidentes involucran a más de un coche. Esto supone afirmar que cada año más de 80.000 coches generan víctimas a consecuencia de accidentes.

Prácticamente la mitad de todos los muertos por siniestralidad vial van en turismos. Como veremos a continuación, el coche está directamente ligado a estas muertes y también al gran número de atropellos.

La mitad de los accidentes de turismo con víctimas (heridas y/o muertas) ocurrieron en zona urbana, y la otra mitad en carreteras. De las personas ocupantes fallecidas, el 93% estaban en carretera y sólo un 7% en zona urbana. En relación a personas heridas, dos tercios ocupaban el coche en carretera, y un tercio en zona urbana.

En las carreteras ocurre el 81% de las muertes, siendo la mayoría de los fallecidos conductores-as o pasajeros-as del coche. La posibilidad de circular a mayor velocidad en carretera explica la gravedad de los choques, y la fatalidad para las personas que los ocupan. En contrapartida, en zonas urbanas murieron el 19% del total de víctimas mortales del año 2007 (incluyendo ocupantes y peatones).

No obstante, los rasgos de la siniestralidad vial no se explican únicamente por esa posibilidad de mayor velocidad en carretera, ya que las situaciones que ocasionan víctimas son diversas.

Durante el año 2007 murieron 3.082 personas por accidente en carreteras. La mayoría de las víctimas, concretamente 1.063, fallecieron por salirse de la vía. Las colisiones más mortales tras ésta son los impactos frontales,

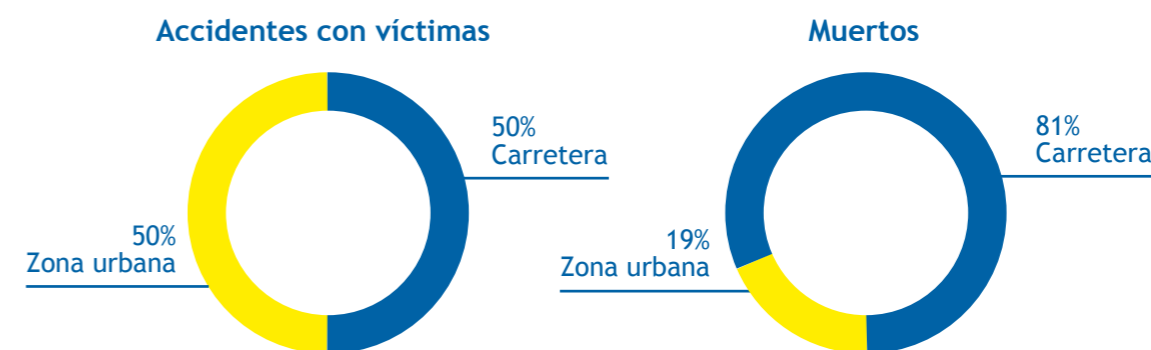


Gráfico 1. Distribución de accidentes y muertos según zona, España (DGT, 2008a)

2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES

Fallecidos en carretera	2003	2004	2005	2006	2007	Distrib. % 2007	2007/2006	2007/2003
Salida de la vía	1.707	1.466	1.386	1.191	1.063	34%	-11%	-38%
Colisión Frontal	843	693	688	618	501	16%	-19%	-41%
Colisión lateral y frontolateral	907	826	745	560	578	19%	3%	-36%
Colisión trasera y múltiple	364	303	284	332	259	8%	-22%	-29%
Atropello peatón	407	319	334	284	262	9%	-8%	-36%
Vuelco	71	70	46	57	64	2%	12%	-10%
Otro tipo de accid.	181	164	169	325	355	12%	9%	96%
Total	4.480	3.841	3.652	3.367	3.082	100%	-8%	-31%

Tabla 2. Características de accidentes fatales de coche en carretera, España. (DGT, 2008a)

Fallecidos en zona urbana	2003	2004	2005	2006	2007	Distrib. % 2007	2007/2006	2007/2003
Salida de la vía	146	158	123	108	87	16%	-19%	-40%
Colisión Frontal	52	51	45	40	29	4%	-28%	-44%
Colisión lateral y frontolateral	225	228	183	163	149	20%	-9%	-34%
Colisión trasera y múltiple	40	37	42	38	63	8%	66%	58%
Atropello peatón	360	333	326	281	286	39%	2%	-21%
Vuelco	11	20	20	19	22	3%	16%	100%
Otro tipo de accid.	85	73	51	88	105	14%	19%	24%
Total	919	900	790	737	741	100%	1%	-19%

Tabla 3. Características de accidentes fatales de coche en zona urbana, España. (DGT, 2008a)

frontolaterales y laterales, que suman un total de 1.079 personas fallecidas.

Si la siniestralidad en carretera tiene como principales víctimas a las personas que ocupan el coche, independientemente de que se trate de un accidente en solitario o de una colisión lateral o frontal con otro coche, la siniestralidad vial con víctimas en zona urbana tiene otras características adicionales. La zona urbana es un entorno mixto, un espacio diseñado para viandantes y para coches, y de este modo se producen cruces continuos de las

diversas formas de circulación y de las opciones más variadas para trasladarse en distancias más cortas. El coche, en este contexto, encarna un objeto potencialmente peligroso para las personas que están a su alrededor. Este hecho explica que casi el 40% de personas fallecidas por siniestralidad vial en zonas urbanas sean peatones: 286 peatones muertos del total de 741 muertes en 2007. Si consideramos los otros tipos de accidentes que entrañan “atropellos” a ciclistas y motociclistas, la cantidad de muertos dentro del coche en zona urbana disminuye todavía más.

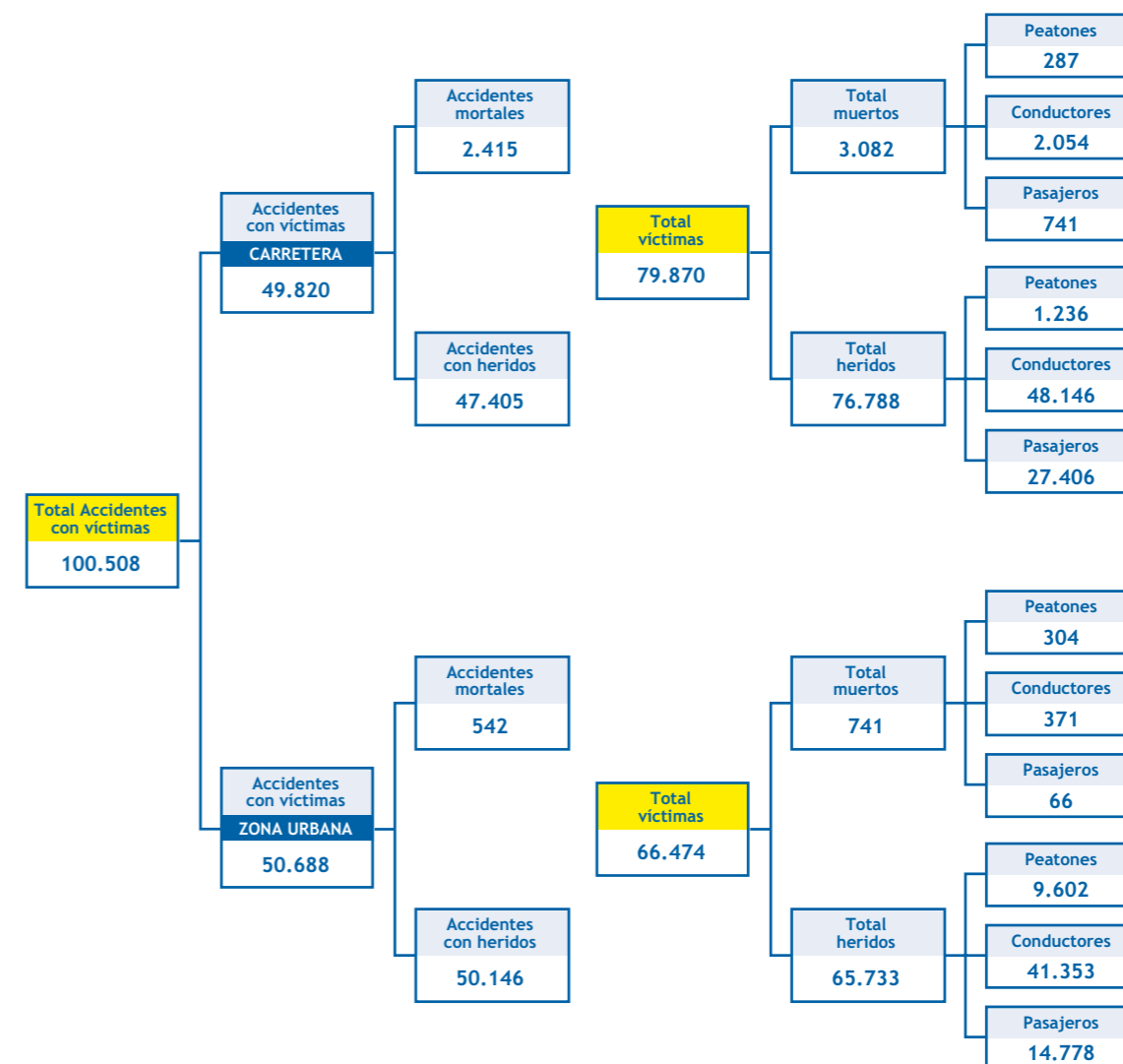


Tabla 4. Anagrama accidentes con víctimas en carretera y zona urbana, 2007 España (DGT, 2008b)

En suma, las conductas arriesgadas están presentes en carreteras y zonas urbanas, y provocan accidentes que pueden acabar en muerte. La carretera como espacio construido exclusivamente para los coches es técnicamente el ambiente más seguro para éstos, sin embargo es donde ocurren más de 80% de las muertes. Mientras que las ciudades, aunque innegablemente están diseñadas para los coches, son antes que nada espacios pensados para la diversidad de formas de traslado,

y por ello es donde ocurren más muertes de peatones³.

2.1. Género

El género está entre los marcadores fundamentales del estudio en siniestralidad vial. De acuerdo con datos recientes de la dirección General de Tráfico, a pesar de que el coche y la conducción parten de esquemas

3. Según los datos de 2007, en valores brutos es semejante la cantidad de peatones muertos en carreteras (287) y zonas urbana (304). Esto se debe a la presencia de carreteras en espacios que, a pesar de no declarados urbanos, son habitados. Así que caminando en su espacio las personas devienen en intrusos.

2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES



machistas y patriarcales, en la nueva generación las mujeres han conquistado una representación próxima a la de los hombres en el total de personas conductoras. Mujeres que continúan siendo vistas por las aseguradoras como conductoras de menor riesgo.

El coche se ha convertido en un excepcional marcador de género. Su inicial relación con la movilidad, concepto entendido como fundamentalmente masculino, ha ido sumando otras características que refuerzan de este modo su relación con el imaginario masculino. Se ha convertido en uno de los signos externos más aptos para demostrar virilidad a través de su relación con la potencia, el riesgo, la individualidad, el estatus o la aventura. Así vemos cómo actualmente mujeres y hombres utilizan coches diferentes, al igual que hacen un uso diferenciado de ellos.

Así, el primer y más importante diferencial en la siniestralidad vial es el sexo. La siniestralidad, tanto la vial como otras, se da en un mayor porcentaje entre los varones, puesto que estos adoptan más fácilmente actitudes de riesgo que las mujeres, tanto en la carretera como fuera de ella, y esto se debe, principalmente, a los diferentes modelos de socialización de mujeres y hombres. De manera escueta y resumida podemos decir que a los chicos, desde su primera infancia, se les anima a adoptar actitudes de riesgo, ya que esta es una manera de demostrar su adecuación a un modelo de hombre que se caracteriza por la fuerza, la valentía y la ausencia de temor ante el daño y el dolor. Este aspecto ha sido

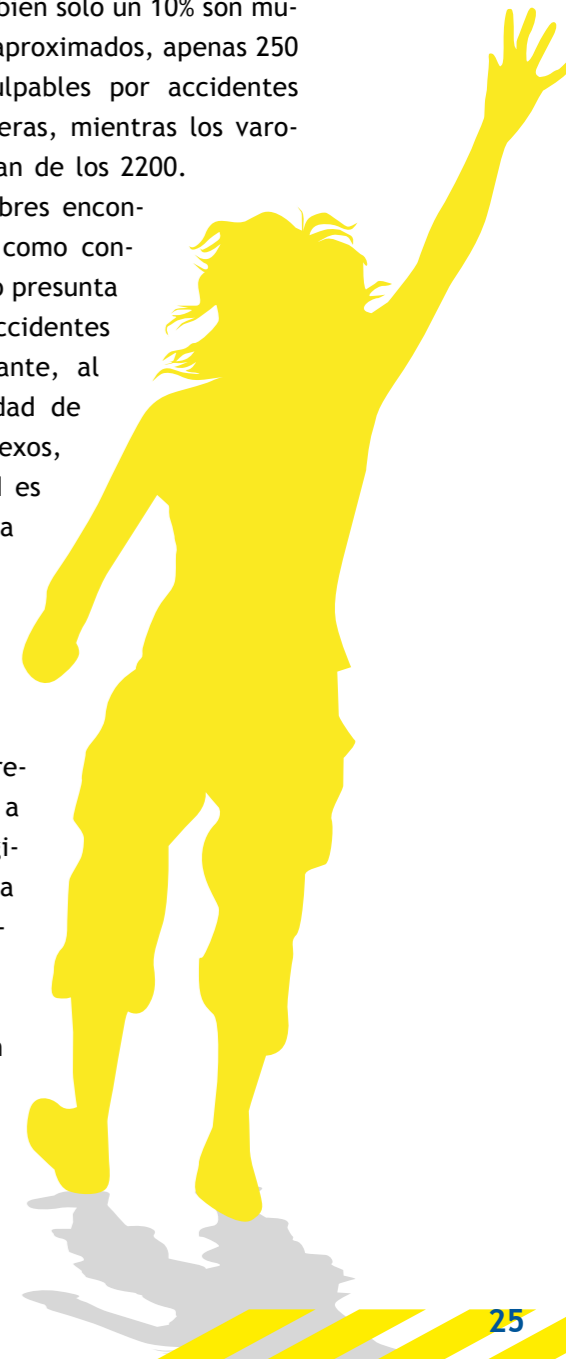
analizado desde los estudios de masculinidades y la conclusión principal es que los hombres (especialmente los jóvenes) se ven impelidos, en numerosas circunstancias, a demostrar que son “hombres”, siendo una de las formas más eficaces de hacerlo mediante actitudes y acciones que dan prueba de contar con un cuerpo invulnerable, es decir, sometiéndose a situaciones en las que se demuestra la ausencia de temor ante el riesgo. Prueba de ello es el número de hombres que sufren accidentes de todo tipo (en la carretera y fuera de ella) en comparación con las mujeres, además de la gran diferencia que existe entre mujeres y hombres en lo que se refiere a la adopción de hábitos saludables o de cuidado. Las mujeres, sin embargo, son socializadas en un modelo totalmente opuesto: habitan un cuerpo vulnerable que es necesario cuidar, de ahí que ellas adopten actitudes más prudentes y que sufran menos siniestros.

Existe otra diferencia primordial en lo que se refiere a la siniestralidad vial entre mujeres y hombres, y es que la carretera, el mundo del volante, es un ámbito hasta ahora primordialmente masculino. En este sentido vemos cómo los chicos acceden mucho más fácilmente a vehículos motorizados desde edades muy tempranas, mientras que las chicas lo hacen más tarde. Además, los chicos acceden a la carretera después de haberse familiarizado con los coches y las motos de una manera informal (a través de grupos de amigos, por ejemplo), mientras que las mujeres lo hacen únicamente a través de la vía formal de las autoescuelas. Esto implica diferentes actitudes ante la conducción y, en consecuencia, diferentes actitudes de riesgo.

La mujer, en lo concerniente a seguridad vial, suele adoptar mayor precaución y menor aceptación de riesgo que el hombre. A pesar de que el 41% de los carnets pertenecen a mujeres, se estima que de los conductores implicados en accidentes mortales en carreteras ellas son sólo un 10%. Para 2004, por ejemplo, de un total de 4.916 conductores implicados en accidentes, apenas 523 eran mujeres.

De los conductores presuntos responsables de accidentes, también sólo un 10% son mujeres. En números aproximados, apenas 250 mujeres fueron culpables por accidentes mortales en carreteras, mientras los varones inculpados pasan de los 2200. Por cada diez hombres encontramos una mujer como conductora implicada o presunta responsable en accidentes mortales. No obstante, al comparar la cantidad de muertos entre los sexos, la proporcionalidad es de una mujer para cada tres varones.

El discurso predominante ha privilegiado el machismo y ha relegado a la mujer a una posición marginal en su autonomía de movilidad. El patrón socialmente establecido de actitud masculina en la conducción ha



2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES

perjudicado a las mujeres, y lo continúa haciendo. La problemática de género, que en su vertiente más dura se materializa en las

relaciones de violencia de género, en este caso se manifiesta de forma muy diferenciada en la siniestralidad vial.

evitar conclusiones equivocadas, basadas solamente en números absolutos que no definen un determinado hecho del escenario real.

Analizando la proporcionalidad de conductores y muertes en franjas de edad 18-20, 21-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 y > 65 años, es la franja compuesta de 18-24 donde realmente mueren más personas. Esos jóvenes entre 18 y 24 suponen un 8% de los conductores, y son un 15% de los muertos (índice = 1,87). El riesgo es aún más acusado si se consideran solamente los jóvenes de 18 hasta 20 años. Ellos son el 3% de los conductores, pero suponen el 6% de los muertos en la siniestralidad vial. En la secuencia de franjas de edad, la proporción va disminuyendo hasta que a partir de los 45 años la proporción por edad de muertos es inferior a la proporción de conductores.

A partir del gráfico 3, y matemáticamente justificadas, las franjas de mayor riesgo quedarían así ordenadas:

- 18-20 años: índice = 2,00
- 21-24 años: índice = 1,80
- 25-34 años: índice = 1,43
- 15-17 años: índice = 1,33
- 35-44 años: índice = 1,06
- < - 65 años: índice = 0,94
- 55-64 años: índice = 0,91
- 45-54 años: índice = 0,85

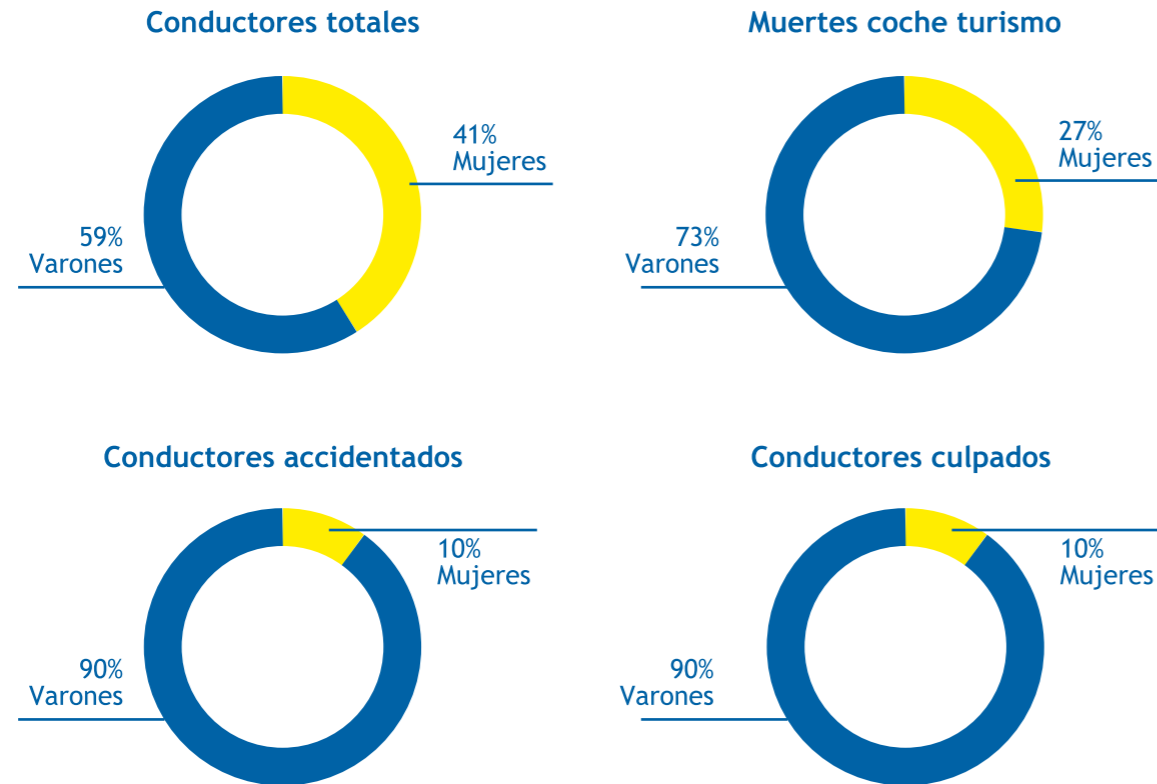


Gráfico 2. Implicación del género en los accidentes y muertes, 2007. (Datos: DGT)

2.2. Edad

La cultura popular está mezclada de opiniones que indican diferentes y contrarias atribuciones en relación a la siniestralidad vial. En el caso del género la opinión dominante es inferir que la mujer no sabe conducir, pero también se escucha que es la confianza del varón la que representa un verdadero factor de riesgo. El factor edad despierta igualmente una serie de discordancias sin establecer una posición predominante.

A los y las jóvenes se les atribuye una gran culpabilidad en la siniestralidad vial porque conducen con displicencia. Los jóvenes, por su parte, achacan a los conductores más conservadores, y más viejos, la incapacidad de andar más rápido y la falta de reflejos.

Como medida más precisa para definir las franjas de edad con mayor riesgo de siniestralidad vial recogemos la relación entre la cantidad de muertos por franja de edad con la población total con carnet, con el fin de

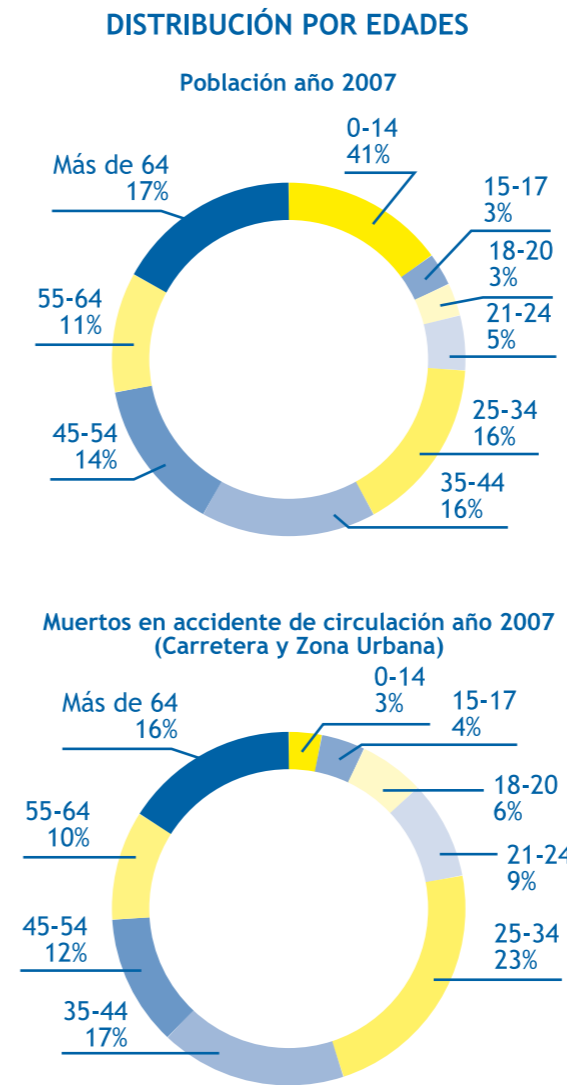


Gráfico 3. Franjas de edad poblacional y de conductores muertos en España 2007 (DGT, 2008b)



2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES

Dichos índices reflejan la siniestralidad vial en su totalidad, incluyendo los peatones y conductores de bicicletas, ciclomotores y coches. En éste ámbito general de la automovilidad un joven de 18 años tiene una probabilidad tres veces mayor de perecer que un adulto de 50 años.

Cada franja de edad tiene todavía sus peculiaridades. Las personas mayores de 60 años son, en gran mayoría, víctimas de atropellos. Es decir, son peatones y no conductores. En las franjas inferiores a 18 años, añadidos los impedimentos

legales, ocurre algo semejante: no mueren habitualmente conductores de coches, sino peatones y conductores de ciclomotor.

Observando el gráfico 4 podemos sacar importantes conclusiones de las muertes en siniestralidad vial por franjas de edad y tipo de vehículo (coches, motocicleta, ciclomotor, bicicleta y peatón). La muerte en coche se destaca a partir de la franja de 18 años, y es solamente equiparable a la muerte de

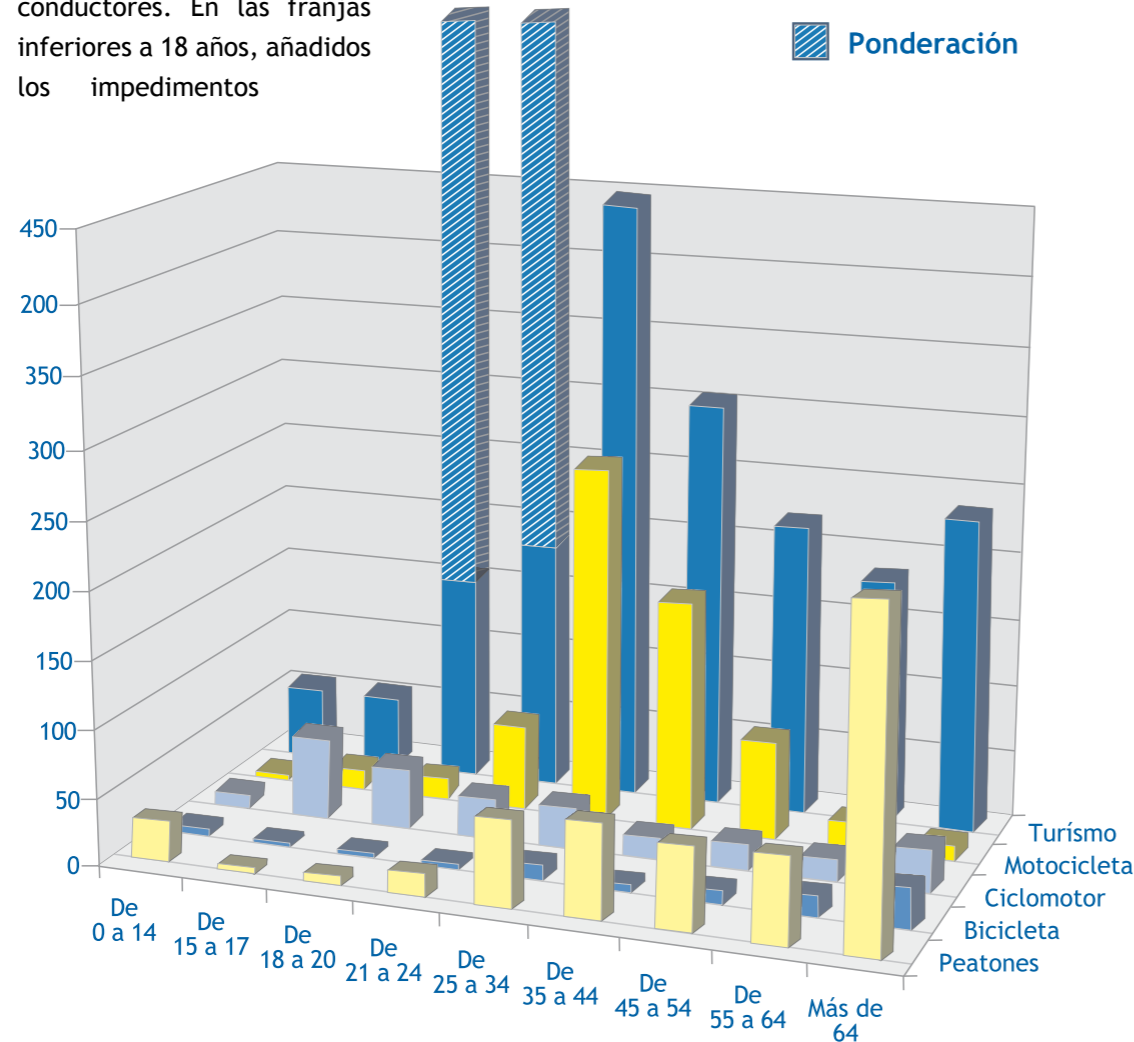


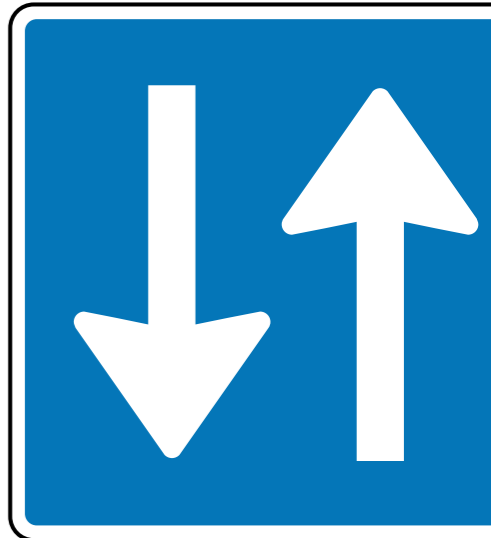
Gráfico 4. Conductores muertos en accidentes por edad y vehículo, España 2007 (DGT, 2008b)

peatones cuando se llega a la franja de los mayores de 64 años. Además, dichos atropellos de peatones ocurren habitualmente por causa de un coche. Efectivamente, lo que queremos ilustrar es que el máximo potencial destructivo del coche está en manos de los más jóvenes. Valorando las edades entre 18 y 64, la suma de muertes está hecha sobre franjas de 10 años, a excepción de las cortas franjas del 18-20 y 21-24. Por eso en la representación gráfica presentamos una ponderación estadística simple en dichas franjas de conductores de coches para ilustrar su peso real frente a las otras franjas.

Otra comparación que nos permite complejizar el factor edad puede observarse en las dos tablas siguientes que indican el censo de conductores por edad y la participación de cada franja en accidentes con víctimas.

Si más arriba apuntábamos que ser joven en el campo de la automovilidad implicaba en general el triple de probabilidad de morir que una persona mayor, cuando restringimos el riesgo a la categoría 'conductores', ese riesgo es aún más elevado.

Mientras los jóvenes con menos de 18 años obtienen carnets de ciclomotores⁴, un 50% de los que acaban de cumplir la edad mínima legal obtienen el carnet de coche, y hay que llegar hasta la franja de los treinta años para que el 83% de la población tenga dicho carnet.



Censo de conductores por 1.000 habitantes. 2007

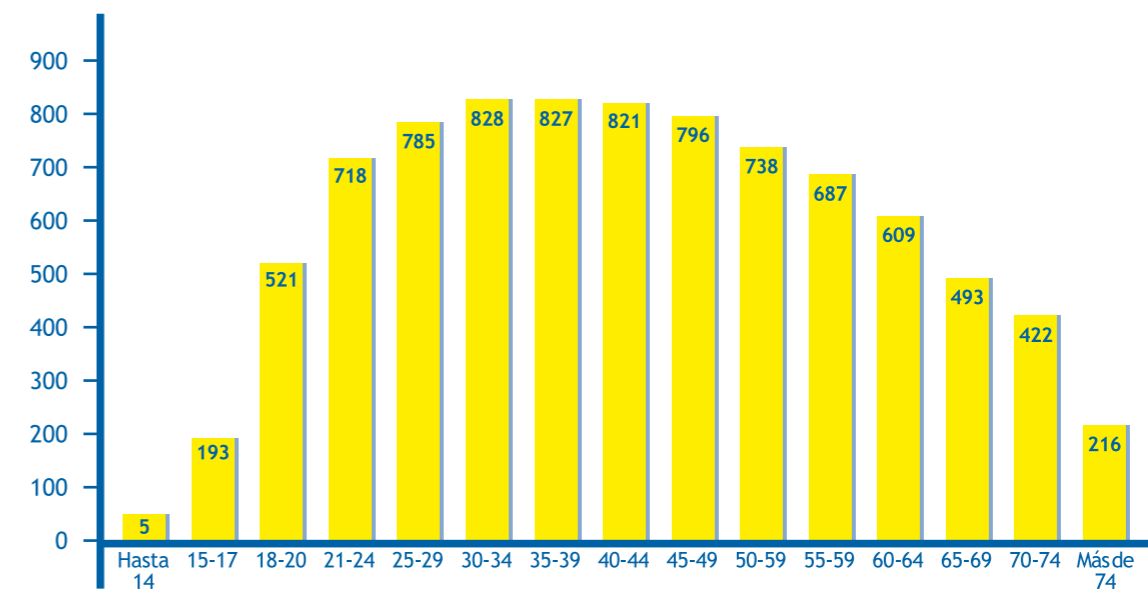


Gráfico 5. Censo de conductores por 1.000 habitantes, España 2007. (DGT, 2008b)

⁴ Esos jóvenes de menos de 18 años con carnet de ciclomotores son poco numerosos pero altamente sensibles al riesgo. En este caso, nos centramos en siniestralidad vial con coches, por eso no trataremos este caso especial de jóvenes hasta 17 años accidentados en ciclomotores.

2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES

Número de conductores implicados en accidentes con víctimas por mil conductores censados

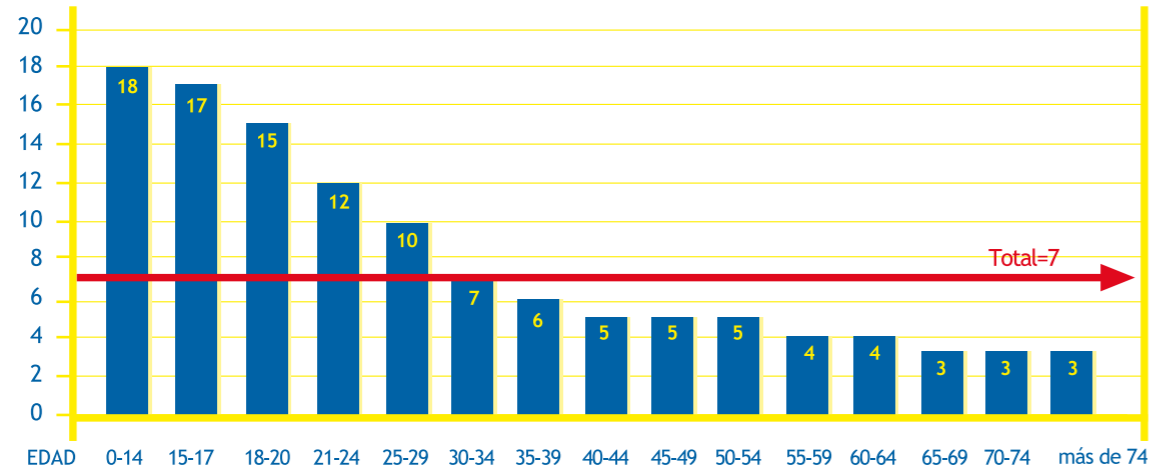


Gráfico 6. Conductores implicados en accidentes con víctimas (1/1000). (DGT, 2008b)

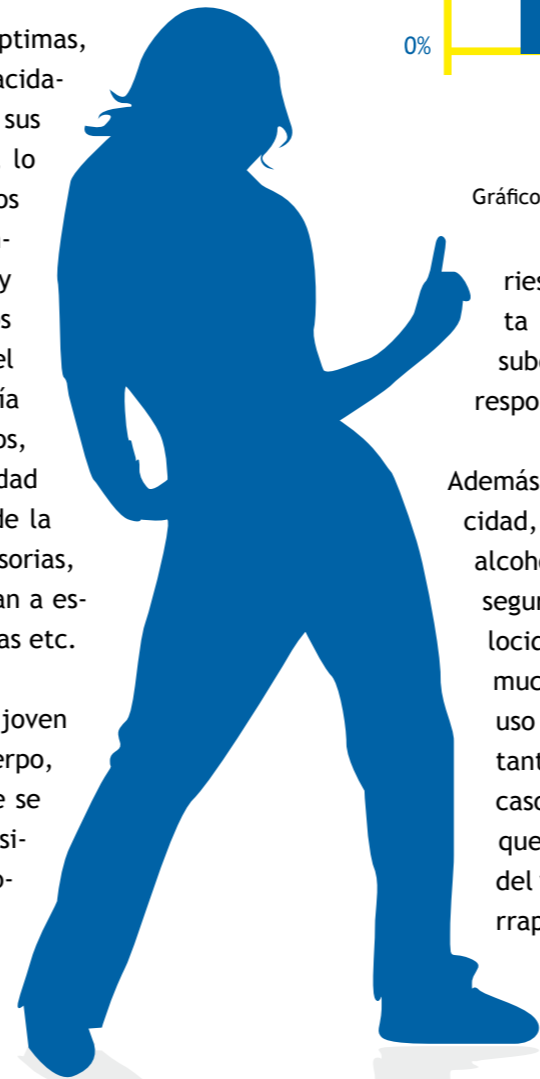
El censo apunta a un perfil general de conductor bastante amplio que va de los 21 años hasta los 60-65 años. Sin embargo a la hora de relacionar los conductores implicados en accidentes con víctimas con el censo de conductores se pone en evidencia el papel negativo que juega la edad. Cuanto más joven el conductor, más elevada es la implicación.

Comparando las franjas menos implicadas en accidentes con víctimas (>66) con la franja de los 18-20 se llega a la conclusión de que el riesgo es cinco veces mayor para los jóvenes.

Hasta aquí, en materia de edad y género, se ha manifestado el perfil del joven varón con mayores probabilidades de causar accidentes con víctimas. Según Alonso (2004), este perfil responde a factores disposicionales y contextuales, entendiendo por factores disposicionales la plenitud de facultades físicas y las características de tipo madurativo y evolutivo que caracterizan al joven. Debido a que

se encuentra en condiciones físicas óptimas, el joven suele sobrevalorar sus capacidades para aproximarse lo más posible a sus límites. Dicho de forma más precisa, lo que el joven busca es romper con los límites, suyos y de los otros, para encontrar una identidad propia, fiable y autosuficiente. Además de los aspectos disposicionales positivos del cuerpo del joven, hay también puntos que todavía no están enteramente desarrollados, como su nivel de atención, la capacidad de realizar multitarea, la precisión de la visión periférica, las habilidades decisorias, los conocimientos variados que ayudan a establecer nexos con situaciones exigidas etc.

Tanto la percepción que tiene el joven del potencial desconocido de su cuerpo, como el estado madurativo en el que se encuentra (biológico, fisiológico y psicológico), ocasionan que el joven subestime las diferentes situaciones de



Distribución porcentual de los fallecidos jóvenes y resto de edades en función de los parámetros día/noche y fin de semana / no fin de de semana

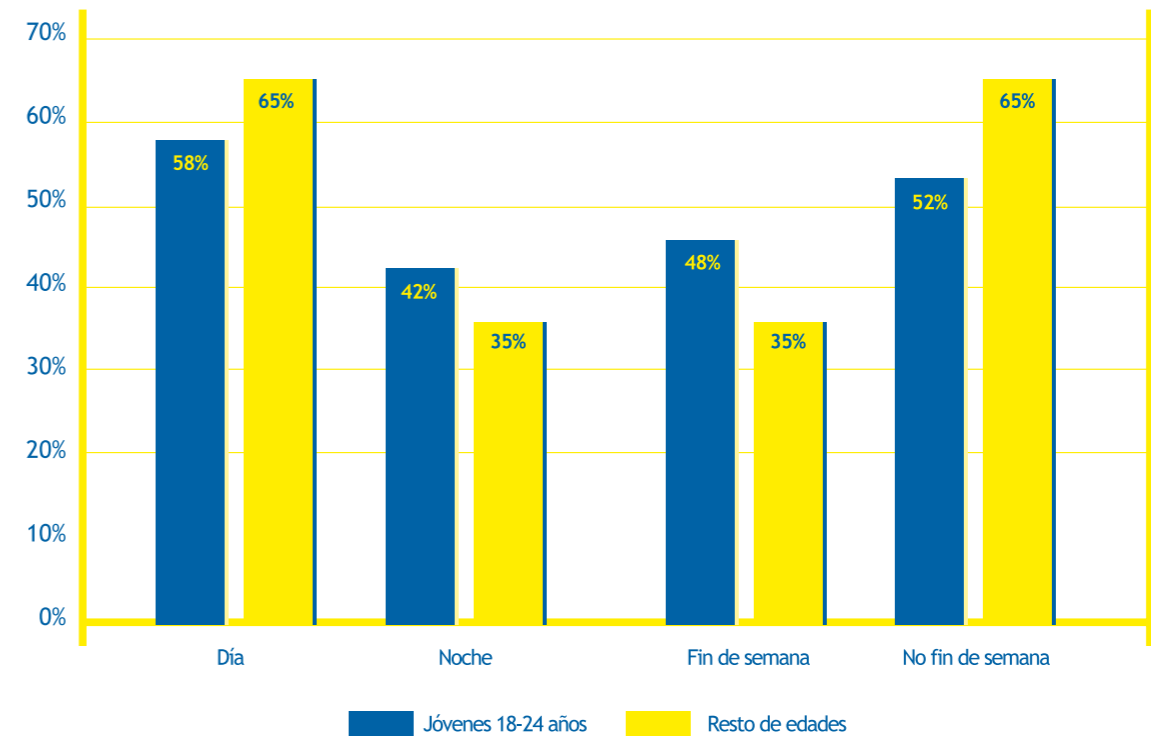


Gráfico 7. Fallecidos jóvenes y resto de edades por días de la semana y período. (DGT, 2008b)

riesgo y que, en consecuencia, emita respuestas coherentes con esa subestimación para hacer frente o responder ante dichas situaciones.

Además de exceder los límites de velocidad, conducir bajo la influencia del alcohol y no abrocharse el cinturón de seguridad, se destaca el binomio velocidad-distracción, y la distracción muchas veces se relaciona con el uso de aparatos tecnológicos, bastante común entre los jóvenes. Es el caso típico de los accidentes en los que el conductor pierde el control del vehículo, saliendo de la vía o derrapando. *Entre los jóvenes que han*

sufrido algún o varios accidentes de tráfico, la distracción ocupa el primer lugar entre las causas que atribuye el joven al accidente sufrido, tanto si se considera culpable o no del mismo y tanto si en el momento de sufrir dicho accidente viajaba solo o acompañado (Alonso et al, 2004). Sin tener en cuenta la edad, la distracción es responsable del 43% de los accidentes en carreteras y del 29% en las zonas urbanas. Pero se muestra mucho más acentuada entre los jóvenes.

Con respeto al contexto en el que se accidentan los jóvenes, se asocia a dos situaciones características de la siniestralidad en todas las edades. Los accidentes suelen ocurrir en días laborales durante período

2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES

diurno, caracterizado como desplazamiento laboral, y fines de semana en período nocturno, caracterizado como desplazamiento de ocio, caso típico de implicación de jóvenes.

Existe una máxima vigente y valorada en la cultura actual, propagada en la publicidad cotidiana, en cuanto a "ser siempre joven". Se trata de una apología de la eterna juventud en virtud de la cual el individuo llame la atención de las personas que se encuentran a su alrededor. Aparte del espíritu de superación, o incluso sencillamente de diversión, que aflora en los jóvenes, los padres continúan actuando como los principales modelos de actitudes y comportamientos en el tráfico, y se ha evidenciado una réplica de las infracciones cometidas por los padres y por los hijos (Alonso et al, 2004).

Además de las cuestiones de evolución biológica, psicológica y cognitiva, los entornos sociales de los jóvenes potencian el comportamiento arriesgado que adoptan frente a la conducción. Inmersos habitualmente en la cultura de la publicidad, ven en el coche un producto central de consumo y de identidad frente a un futuro próximo caracterizado por la incertidumbre, competencia y precariedad. La búsqueda deliberada de riesgo surge entonces en un escenario ambiguo: de un lado el espectáculo social crea la ilusión de que está todo asegurado. Del otro están las vidas individuales poco interesantes desde una perspectiva que obvia el pasado y el futuro, y se basa en un presente intenso, vacío e irresponsable.

2.3. Jóvenes y hábitos de conducción

Hablar por el móvil, escribir un SMS, utilizar el GPS, mirar una película, comer un bocadillo o beber algo. Éstos son algunos de los hábitos rutinarios para mucha gente mientras conduce, en especial los jóvenes, que tienen una especial dependencia de los aparatos digitales que utilizan con naturalidad y cotidianidad. El móvil es actualmente la primera causa de distracción de los y las conductoras. Su uso simultáneo a la conducción eleva hasta cuatro veces el riesgo de accidente en los casos en los que únicamente se está utilizando para hablar. La escritura de mensajes SMS eleva ocho veces la posibilidad de causar un accidente. Estos índices de riesgo son comparables a los efectos del alcohol sobre los conductores (Strayer et al. 2006).⁵

Conducir distraído y a alta velocidad representa la combinación más peligrosa al volante, independientemente de la fuente de distracción. En España los varones suelen pasar más tiempo al volante, ya que conducen más de 6.000 kilómetros al año. Las mujeres en general no superan dicha cifra, además de que conducen más despacio. En la muestra española del Sartre3, el 29% de la mujeres entre 18 y 24 años contestaron "sí" a la pregunta "¿Le gusta conducir deprisa?", contrastando con el 56% de respuestas afirmativas de varones con la misma edad.

Además del gusto por la velocidad, compartido más entre los hombres, el alcohol es otra marca del género. Entre la población de todas las franjas de edad las mujeres valoran más que los hombres la influencia negativa del alcohol como causa de accidentes, y tres



cuartas partes de los que conducen bajo influencia del alcohol son varones (Sánchez-Martín, 2005).

Los y las jóvenes de 18 hasta 24 años, y mayoritariamente varones, se consideran a sí mismos el grupo más peligroso y arriesgado en siniestralidad vial. El perfil ideal de las personas que así se ven es estudiante, soltero, posee educación secundaria y conduce coches entre 1300cc y 2000cc. Las mujeres tienen menos experiencia porque conducen menos de 5.000 km./año, mientras los chicos afirman conducir hasta unos 30.000 km./año (SARTRE3, 2004).

Entre los y las jóvenes (auto) considerados más peligrosos aparecen otras distinciones por género. La vivienda de los varones está ubicada habitualmente en ciudades y centros urbanos, lo que contrasta con el tipo rural o de pueblo observado en las chicas. Esto tam-

⁵ En un reportaje del 19/07/2009, el New York Times destacaba un video acerca de los estudios de Strayer et al. Disponible en http://www.nytimes.com/2009/07/19/technology/19distracted.html?_r=2&sq=car%20distraccion&st=cse&adxnlnl=1&scp=3&adxnlnl=1248634800-H45+zsbwAcQXb32lhJ8v7g

2. ANÁLISIS DOCUMENTAL: ESTADÍSTICAS Y REPRESENTACIONES CULTURALES

bién es un reflejo del mayor ingreso familiar constatado entre dichos varones, en comparación con las mujeres.

Los motivos que llevan a esos varones y mujeres jóvenes a considerarse más peligrosos-as que los demás conductores pueden ser variados. Tales motivos son explicables, al menos parcialmente, en términos de diferencia en la experiencia y en la exposición al riesgo. Las mujeres son probablemente más conscientes de que pueden encontrarse en situaciones de peligro porque no tienen mucha experiencia e infravaloran sus habilidades, mientras que los varones probablemente están asumiendo un estilo de conducción arriesgado por la sobrevaloración de sus habilidades.

Por último cabe destacar que nos ha parecido importante tener en cuenta no sólo a los-as conductores-as, sino también a los-as acompañantes. Los riesgos en tanto que acompañante también deben ser analizados y ser objeto asimismo de las campañas de prevención. Hay que tener en cuenta que los-as acompañantes asumen tantos o más riesgos

que quienes conducen y que se pueden identificar estrategias para fomentar conductas preventivas. Se trata, sin duda, de un grupo fundamental a quien es necesario dirigir campañas de prevención, especialmente entre los-as jóvenes.

Los resultados del proyecto “Te arriesgas” mostraron en este sentido que los-as acompañantes percibían un menor beneficio y un mayor riesgo en las conductas analizadas, tales como el exceso de velocidad, o el conducir bajo los efectos del alcohol⁶. Como consecuencia de esta percepción más realista de la circulación vial, se mostraban más motivados que otros conductores-as a cambiar sus comportamientos en una dirección más segura. Esta predisposición favorable nos ofrece no solo la oportunidad de actuar preventivamente en este importante grupo de población en la dirección de un aumento de su autoprotección, sino también en la posibilidad de influir indirecta, pero poderosamente, en los-as conductores por mecanismos de influencia interpersonal y de grupo.



⁶ Resultados del proyecto “Te arriesgas”, ejecutado por ProCambio y Universidad de Málaga.

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

En esta fase de trabajo se identificaron las situaciones, factores, circunstancias y razones que llevan a los jóvenes a adoptar actitudes de riesgo en la carretera mediante la utilización de técnicas cualitativas de investigación social, en concreto grupos de discusión.

El diseño de los grupos de jóvenes se realizó en función de los distintos perfiles de riesgo y en función de sus diferentes posicionamientos sociales:

- Variables estructurales dinámicas: capital cultural, capital económico.
- Variables estructurales básicas: género, edad, hábitat.
 - Variables funcionales: tipo y frecuencia de uso del automóvil.

En concreto se pretendía elaborar una comprensión sociológica

de los posicionamientos de distintos grupos de jóvenes hacia la cultura de la automovilidad en función de sus distintas características sociodemográficas entre las que se destacaron el capital cultural y el capital económico al igual que el hábitat, tipo y frecuencia de uso.

La captación y realización de los grupos de discusión se realizó en tres ciudades en las que se llevó a cabo el estudio, Madrid, Guipúzcoa y Málaga. En total se diseñaron ocho grupos de discusión teniendo en cuenta las siguientes características de composición:

- Sexo (5 de hombres, 2 de mujer, 1 mixto).
- Edad (18-30 años).
- Hábitat (urbano, rural, semi-rural, metropolitano).
- Tipo y frecuencia de uso del coche (estudios, trabajo, ocio).
- Capital Económico (CE).
- Capital Cultural (CC).
- Experiencia en accidentes.
- Aficionados al motor (tuneros).



Gráfico 8. Posicionamiento de los jóvenes hacia la automovilidad

Los grupos diseñados fueron los siguientes:

Grupo de Discusión 1: MÁLAGA: MUJERES: uso frecuente, urbano/semiurbano , CE: Bajo/medio bajo CC: Superior
Grupo de Discusión 2: MÁLAGA: HOMBRES: uso frecuente, semiurbano (Antequera) CE: Bajo/medio bajo CC: bajo/medio
Grupo de Discusión 3: MADRID: MUJERES: con accidente, urbano/metropolitano, CE: Cualquiera CC: Cualquiera
Grupo de Discusión 4: MADRID: HOMBRES: con accidente, urbano/metropolitano, CE: Cualquiera CC: Cualquiera
Grupo de Discusión 5: MADRID: HOMBRES: aficionados ("tuneros"), urbano/metropolitano, CE: Cualquiera, CC: Cualquiera
Grupo de Discusión 6: GUIPÚZCOA HOMBRES: uso frecuente rural (Ordizia), CE: medio/medio alto, CC: medio
Grupo de Discusión 7: GUIPÚZCOA MUJERES: uso frecuente rural (Ordizia), CE: medio/medio alto, CC: medio
Grupo de Discusión 8: GUIPÚZCOA MIXTO: uso frecuente urbano (Donostia), CE: medio, CC: medio

Tabla 5. Grupos de discusión



3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

3.1. Identificación de las principales dimensiones analíticas

Una vez obtenido el mapa socio-demográfico y una comprensión más amplia de las características socioculturales que intervienen o median los distintos posicionamientos de los jóvenes hacia el automóvil, se pretendía identificar las dimensiones claves para la elaboración de intervenciones y estrategias de sensibilización en grupos sociales específicos por medio de metodologías participativas y tecnologías interactivas de evaluación-intervención.

El análisis del discurso⁷ de los grupos de discusión permitió la identificación de siete dimensiones transversales o ejes analíticos que sirvieron para la definición de la estructura, la lógica y el contenido de la plataforma evaluativa.



Tabla 6. Dimensiones analíticas

3.2. Tipos ideales

Partimos de la noción clásica de Max Weber acerca de los tipos ideales como instrumento metodológico en investigaciones de corte cualitativo-interpretativo. Los tipos ideales representan modelos simplificados de la realidad. La definición de los tipos ideales se ha dado a partir de los grupos de discusión, pero no tienen que corresponderse con el perfil definido para la realización de cada grupo de discusión. Los tipos ideales emergen a partir de la interpretación de los posicionamientos discursivos articulados por los jóvenes que han participado en los distintos grupos de discusión. Reúnen elementos de una visión común respecto a la manera en que se articula la relación jóvenes-automovilidad y comparten argumentos para su diferenciación con respecto a otros tipos ideales.

Los resultados encontrados en las siete dimensiones nos permitieron caracterizar seis tipos ideales⁸ de acuerdo con las peculiaridades existentes en la cultura de la automovilidad dentro del grupo demográfico más susceptible a la siniestralidad vial: los jóvenes entre 18 y 29 años.

ASCENDENTES
CURRITOS-AS
ACOPLADOS-AS
PRECARIOS-AS
CUALIFICADOS-AS
NUEVOS RICOS-AS

Tabla 7. Tipos Ideales



Es importante resaltar que las siete dimensiones no siempre aparecen directamente contempladas en cada uno de los tipos ideales y que algunos tipos ideales comparten la visión que tienen sobre algunos de estos ejes, así como la identificación que tienen con el coche, ciertas actitudes ante el cansancio o el despiste, las ideas acerca de los “otros” en la carretera (mujeres, mayores, jóvenes), motivaciones respecto al cambio y aspectos sobre los que incidir.

Tipo ideal I: <ascendentes>

Son principalmente mujeres de clase media-baja, con capital económico medio o medio-bajo y capital cultural medio o medio-bajo,

aunque superior a la media de sus padres (además la madre tiene un capital cultural superior o igual al padre).

Las chicas <ascendentes> destacan que la sensación principal que les da el coche es la seguridad: *“te sientes tan segura dentro del coche, como en ninguna situación en tu vida”*. Esta sensación refleja directamente los niveles de inmersión que este perfil experimenta con el coche:

“llegado un momento es tan automático que es mecánico, que te sientes tan segura dentro del coche, como en ninguna situación en tu vida” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

⁷ Foucault, 1970, 1980; Pecheux, 1982.

⁸ Según Weber (1997) un tipo ideal se define en la conexión de elementos que confluyen en una significación cultural con la acentuación unilateral de uno o más puntos de vista de forma que permita explicar un hecho concreto circunscrito a un fenómeno cultural. En síntesis, el tipo ideal es una herramienta conceptual de las ciencias sociales que constituye un intento de menoscabar la realidad con el objetivo de resaltar las diferencias.

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

“muchas veces yo me olvido de que tengo que estar pendiente de lo que estoy haciendo y de lo que está pasando a mi alrededor también” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

“No me doy cuenta que estoy conduciendo... en realidad estás mirando porque mirar adelante forma parte de toda la mecánica, pero en realidad estás... (participante <ascendente>, grupo de discusión).

Los efectos del automatismo con el coche son más percibidos en los trayectos cerca de casa y potenciados por el uso simultáneo de aparatos como la radio o el móvil.

“sé que me distraigo con la radio, soy muy consciente, y sé perfectamente que aunque me vea estupenda, puede haber un momento de falta de reflejos” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

“y el móvil, cuando suena el móvil,... si estás cabreada, suena el móvil, el móvil que va en el bolso y bueno ya ahí, no lo encuentras, y estás esperando una llamada: ¡vaya cóctel, qué peligro!” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

Estas chicas son propensas a una excesiva identificación con el coche y reconocen los peligros del automatismo, pero no identifican estrategias de reactivación. Destacan que les gusta conducir, respetan las normas, en parte porque piensan que las mujeres son más prudentes, y abogan por limitar los coches.

“Que hagan coches que no pasen de 120 o 130 km/h, que es absurdo” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

“Porque somos mucho más prudentes que los hombres.creo que nos ponemos en la carretera y podemos pensar más en lo que puede ocurrir y ponerte en el lugar del otro” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

Las causas de la siniestralidad vial están asociadas a veces a perfiles concretos de gente (abuelos o jóvenes), y a factores culturales endógenos, estilos de vida, falta de civismo, prisas, estrés...

“El estrés, la gente va estresada por la vida, no tiene paciencia para esperar una rotonda... yo soy la primera que el día que llego tarde, voy acelerada y no me doy cuenta, después me pongo

a pensarlo... no me doy cuenta” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

En general, las chicas del perfil <ascendente> prefieren ser conductoras antes que acompañantes, y además tienen una gran percepción del riesgo y son especialmente receptivas cuando ellas van de acompañantes; siendo más positivas en su papel de acompañantes, porque son muy asertivas, pero también porque el coche está muy metido en su logro de ascenso social. Les hace ser especialmente receptivas como acompañantes para percibir y regular conductas de riesgo con los conductores.

“Mi coche lo conduzco yo, no lo conduce nadie, ni mi padre, ni mi hermano, si voy con alguien, yo prefiero ir conduciendo yo, voy más tranquila... No sé, yo me siento más segura” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

“Yo cuando soy acompañante tengo reflejos hasta en los pies... ¡qué vergüenza que me vean los pies! es verdad que estoy más atenta, y digo ¿por qué no frenará ya?” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

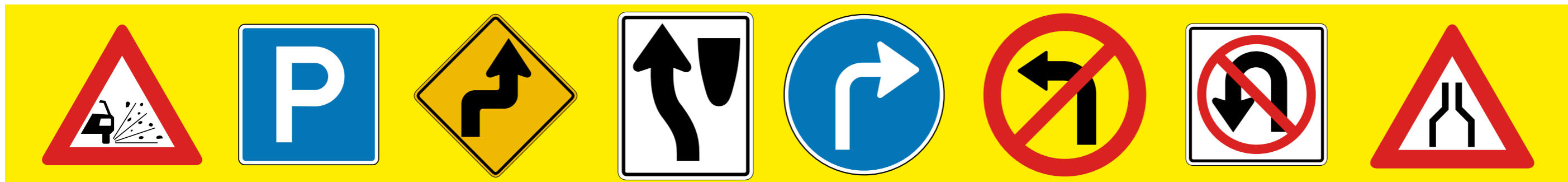
En la opinión de estas mujeres, las maneras de sensibilizar no pasan por el tamiz del miedo, más bien por la educación vial, las campañas de la DGT y la mejora de las infraestructuras. También están a favor del castigo y la penalización inmediata frente a las multas.

“Si era quitar cuatro puntos negros donde había concentración de accidentes y lo han conseguido pues, lo de hacer obras y mejorar ese tramo, mira eso es bueno, porque a lo mejor así hay menos accidentes ahí. Hay que hacer campañas en ese sentido, en el sentido de mejorar la infraestructura” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

“Está claro que lo económico hay que dejarlo un poco al lado, que no todo el castigo sea económico” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

“Porque ya el tema económico no es un castigo, todo el mundo tiene dinero y todo el mundo puede pagar multas” (participante <ascendente>, grupo de discusión).

De manera sintética y también a modo de constituir el *feedback*⁹ de la plataforma con el objetivo de incidir en los aspectos de riesgo y en la



⁹ Nos referimos específicamente al *feedback* final de la plataforma en la batería sociocultural.

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

relación con el coche, de las/os <ascendentes>, los mensajes de sensibilización se concretaron en los siguientes puntos:

- El coche es muy importante porque os permite tener autonomía e independencia para ir a estudiar, a trabajar o salir de fiesta.
- Os sentís tan seguros/as en el coche que muchas veces no os dais cuenta de que estáis conduciendo. Es necesario tener cuidado en estas ocasiones.
- Os distraéis demasiado con la música, la radio o el móvil, y a veces prestáis poca atención a la carretera.
- Sois respetuosos/as con los demás y cuando conducís pensáis en lo que puede ocurrir y os ponéis en el lugar del otro/a.
- Os parece muy importante que en las autoescuelas enseñaran a afrontar situaciones de riesgo para tener mayor seguridad.
- Si vais con alguien preferís conducir vosotros/as, porque os da mayor confianza.
- Sois capaces de pedir que os dejen bajar de un coche si os parece que quien conduce lo hace de manera temeraria o ha bebido. Preferís no arriesgaros.

Tipo Ideal II: <curritos>

Se trata de un perfil de jóvenes profesionales no cualificados, hombres con capital económico medio-bajo y capital cultural bajo y medio-bajo. En el análisis de sus discursos se aprecia la presencia de estereotipos muy marcados: les gusta correr aunque “paguen” por ello, en el sentido de pagar las multas o pagar en un circuito para poder soltar gas, adrenalina, y les gusta “tirar” kilómetros, bien sea por piques con amiguetes, anónimos o por su trabajo como profesionales del transporte que supone realizar largas jornadas de trabajo en la carretera. Asocian el coche con la libertad, la independencia, y una herramienta de movilidad, para el trabajo, principalmente, o para ir a estudiar y salir de ocio, ya que algunos viven también en entornos rurales o en municipios. Pero también destacan el coste económico que suponen estos aspectos.

“[El coche] es una cosa que te hace falta, de la que tienes necesidad... [aunque] te gastas mucho dinero” (participante <currito>, grupo de discusión).

“Pues mucha gente por competición de tener un coche mejor o peor, ¿no? Yo que sé. Que también muchas veces la gente se compra pedazo coches y se gastan un dinerito que no veas” (participante “currito”, grupo de discusión).

Este grupo utiliza la velocidad para activarse frente al sueño y el aburrimiento, para reanimarse durante las largas jornadas al volante. De ahí que utilicen más las carreteras locales para eludir los controles, e intentan evitar las autovías.



“Yo voy en carretera a menos de 100 y voy dormido. Mentalmente voy dormido” (participante <currito>, grupo de discusión).

“Sin embargo si vas a 140 o a 130 pues ya vas pendiente de que el coche no se salga de la carretera” (participante <currito>, grupo de discusión).

La reactivación también se da, para este grupo, con la música o con aire fresco.

“Abre la ventanilla, pon música, que entre el aire. Lo que quieras. Que te cansas, que te quedas frito” (participante <currito>, grupo de discusión).

Sobre las causas de siniestralidad, la socialización en movilidad desde que eran adolescentes y la asiduidad con la que utilizan los coches, bien como conductores habituales o como profesionales, les hace percibirse a sí

mismos como experimentados, y por lo tanto expertos. La velocidad para estos jóvenes no supone un factor de riesgo. En este caso las causas de accidentes conectan con el estado de las carreteras. Además de delegar en la inexperiencia o demasiada prudencia como principales causas de siniestros.

“Se puede circular a 140 perfectamente. Tramos mejorados, menos baches, menos vallas” (participante <currito>, grupo de discusión).

“Por regla general el conductor más peligroso es el menos experimentado, y es más probable que tenga más probabilidades de caer en un accidente, que alguien más experto” (participante <currito>, grupo de discusión).

“La prudencia te mata, te mata muchas veces” (participante <currito>, grupo de discusión).



3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

Y en relación a sus grupos de referencia destaca la figura del “cafre”, que no suele hacer caso a ningún tipo de consejo, a quienes identifican como los jóvenes hombres de los “pueblecillos” (esos son ellos), y que según las construcciones explicativas, algunos se encuentra entre sus propios círculos de amistad. La competición está a la orden del día.

“Tú te acuerdas cuando estábamos picaos a ver quién tardaba menos del pueblo a Antequera. Que llegabas, quillo, yo he tardado diez minutos con veinte” (participante <currito>, grupo de discusión).

Al identificar como posibles causas de riesgo en siniestralidad vial a los “cafres”, a los que es imposible cambiarlos, las estrategias de percepción del riesgo como acompañante de estos hombres no se articulan.

Apelan a la conciencia, a la reprobación moral, ya que está mal visto, prevaleciendo la reprobación social con énfasis en que matas a alguien.

“En el que va al lado sí me importa. Por mí me da igual. Si me mato, me mato yo mismo, pero los que están en medio, me quedo yo y mato al que llevo. Muy cercano a lo mejor” (participante <currito>, grupo de discusión).

La vergüenza social es el sentimiento más eficaz

para atajar el comportamiento vial incívico, aunque coexiste con la parte irracional de no controlar y no sentir vergüenza. Los hombres recalcan a su vez la importancia de las sanciones económicas y no ponen énfasis en la cárcel. También destacan la escasa eficacia de la educación vial reglada (autoescuelas): *“Aprendes con porrazos”*.

Como fruto de la socialización que han tenido, el principal recurso de sensibilización es el respeto por la familia, por el padre, no defraudarle. Hay una importancia de la reprobación social a través de la familia, más cerca del padre porque es el que socializa en el coche, aunque también en algunos casos aparece la madre y los acompañantes, incluida la novia.

De manera sintética y también a modo de constituir el *feedback*¹⁰ de la plataforma con el objetivo de incidir en los aspectos de riesgo y en la relación con el coche de los/as <curritos>, los mensajes de sensibilización se concretaron en los siguientes puntos:

- Os gusta sentir la emoción de la velocidad y os sentís demasiado seguros en el coche, lo que hace que bajéis la guardia.
- Os importa demasiado la imagen que dais a través del coche y vuestra manera de conducir y esto a veces os lleva a cometer imprudencias para *fardar* (*piques*, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.).



- No pensáis que ir a mucha velocidad es un problema, si se sabe conducir bien, por eso corréis el riesgo de no percibir el peligro de ir demasiado deprisa.
- Ante el aburrimiento soléis darle demasiado al acelerador para activaros.
- Sin embargo, sois consciente de la importancia de ser responsables al volante por las consecuencias que ello podría tener. Esto es muy positivo.

- Evitáis poner en riesgo a las personas que van con vosotros en el coche cuando conducís y estáis de acuerdo en que haya medidas de sensibilización, como los controles informativos de alcoholemia, poder volver en autobús desde las discotecas, o el sistema de turnos.
- Pero cuando vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no siempre le pedís de forma tajante que conduzca con cuidado, por lo que corréis el riesgo de encontraros en situaciones peligrosas.

¹⁰ Nos referimos específicamente al *feedback* final de la plataforma en la batería sociocultural.

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

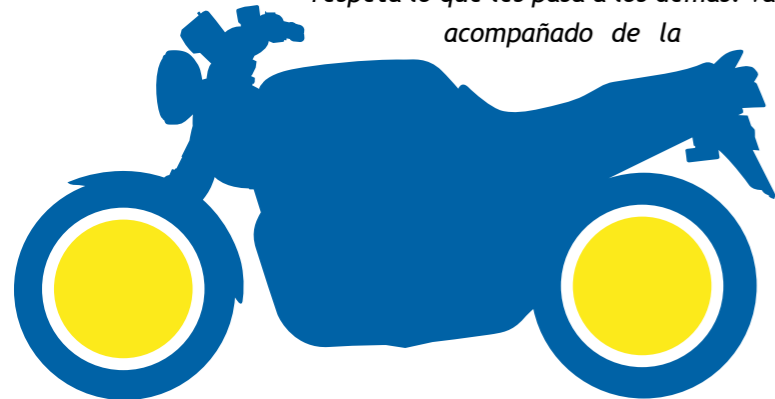
Tipo Ideal III: <acopladas>

Este tipo ideal está compuesto por mujeres jóvenes de capital económico medio y capital cultural entre medio y medio-alto. Para ellas el coche suele representar un signo de distinción, algo utilitario, placentero en ocasiones, una herramienta.

“El coche no, yo no lo tenía como un medio de transporte fijo para mí. Yo cogía el autobús igual, o taxis si tenía que volver a casa. Si salía no cogía el coche. Vamos, eso lo tenía claro” (participante <acoplada>, grupo de discusión).

Según estas chicas, la personalidad y el estado de ánimo influyen directamente en la inmersión en el coche. Esta dimensión de la personalidad se asocia también a situaciones ante las que se reconoce que no se debería coger el coche, pero ante las que el coche supone una evasión. El coche aparece enseñada como una “máquina de matar”, aludiendo a la dimensión de la responsabilidad hacia los demás.

“La gente es muchas veces como conduce. Muchas veces se conduce como tú eres, gente que es egoísta y... no respeta lo que les pasa a los demás. Va acompañado de la



personalidad” (participante <acoplada>, grupo de discusión).

“Yo tengo amigas que dicen, “es que lo mejor ante una discusión es meterse en el coche y conducir”. .. Y tienes que estar con cinco sentidos. Lo que pasa es que yo reconozco que a mí me pasa, yo no conduzco con los cinco sentidos, generalmente” (participante <acoplada>, grupo de discusión).

“Conducir me gusta, me relaja, pero... siempre he tenido muy claro que se lleva una máquina de matar entre las manos” (participante <acoplada>, grupo de discusión).

Cuando están de acompañantes interfieren poco en la gestión del riesgo o crean formas bastante discretas para comunicarse con el conductor: “cuidado que me mareo”. Además son chicas que habitualmente van como acompañantes cuando están con novios o amigos.

Entre las causas de siniestralidad vial suelen identificar a “niñatos, abuelos y abuelas”, más allá de apuntar la importancia de las infraestructuras y que la velocidad de los coches podría estar limitada, ya que la gente no va a cambiar sus modos de conducir. Los inmigrantes y las administraciones aparecen como especialmente culpables. Ellas mismas se ven como conductoras ejemplares que casi nunca serían culpables de incidentes en el tráfico, por lo que apelan a un rigor mayor para castigar a los malos conductores.

“Que el castigo sea estar en la cárcel, aunque sea estar una semana en la

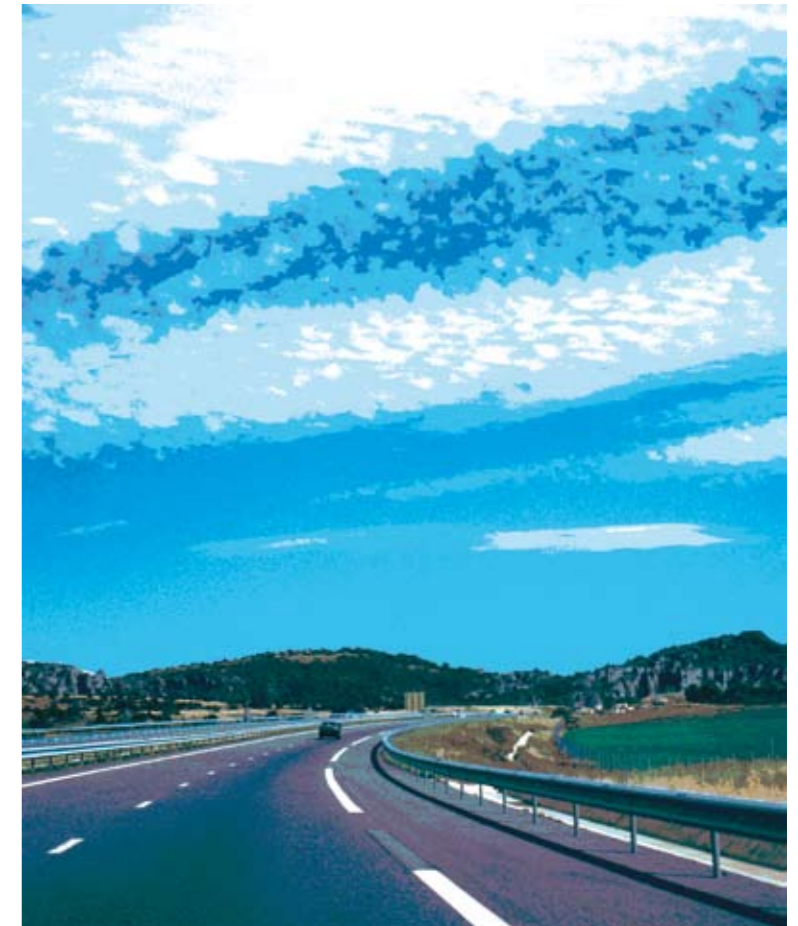
cárcel, tú dices “verme aquí con otra persona, es que he atentado contra la vida de los demás””, es que realmente “yo estoy compartiendo un celda con un violador o con una persona que ha maltratado” (participante <acoplada>, grupo de discusión).

Ellas tienen como norma no conducir si están ebrias, pero no tienen prejuicios para montarse con alguien que haya bebido, o por lo menos manifiestan una clara disposición a no coger el coche cuando salen y volver en taxi.

“Claro pues eran las 3:30h, empecé a llamar a los taxis, me dijeron que no, había venido en coche, y dije, pues cojo el coche. Y pues eso. Por lo menos así eh con el automático no. Pero llegué y le dije a mi novio, a mí la última vez, y ahora dejo el coche en B., me vengo en tren porque sé que luego, o sea, cuando ya he bebido algo, o sea me va a entrar la cosa de bah si tengo el coche aquí a B. no va a haber nada... y no. Ahora ya no” (participante <acoplada>, grupo de discusión).

De manera sintética y también a modo de constituir el *feedback* de la plataforma con el objetivo de incidir en los aspectos de riesgo y en la relación con el coche de las <acopladas> se podría decir:

- Conducir os gusta, os relaja y soléis ser prudentes porque sabéis que de eso depende la vida de otras personas.
- Pero a veces conducir puede ser una forma de desahogo después de un mal



día y en esas ocasiones no tenéis puestos los cinco sentidos en la carretera. Es necesario tener cuidado en estos momentos.

- También os mostráis prudentes cuando salís de fiesta, por lo que evitáis coger el coche si habéis bebido.
- Sin embargo cuando vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no os soléis bajar del coche ni le pedís de forma tajante que conduzca con cuidado, por lo que corréis el riesgo de encontraros en situaciones peligrosas.

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

Tipo ideal IV: <precarios>

Son chicos menores de 24 años, de capital económico medio y capital cultural entre medio-alto y alto.

El coche funciona como un espacio de relajamiento y evasión, que ayuda a la hora de reflexionar sobre aspectos personales.

“Conduciendo y tranquilo es como un espacio al ser un espacio tan encerrado pero a la vez en movimiento como que te da para pensar a tu rollo ¿sabes?” (participante <precario>, grupo de discusión).

“Te pasa con líos en casa, tienes, estás de mal rollo dices bah me voy y lo primero que haces es pensar vale me voy cojo el coche estoy en mi mundo me voy a un sitio que no haya nadie, me quedo dentro de mi coche con mi música que me gusta con para olvidarme de todo y no tengo a lo mejor, no ten-

go que estar por la calle aguantando a lo mejor también es por comodidad es pasear sin tener que caminar” (participante <precario>, grupo de discusión).

Esos chicos son conscientes de la incompatibilidad entre coche y alcohol, incluso haciendo alusiones a la necesidad de prohibición total, nivel cero de alcoholemia en los conductores.

“O coges el coche o sales de fiesta” (participante <precario>, grupo de discusión).

“O eliges comodidad o eliges pasártelo bien pero las dos cosas... imposible” (participante <precario>, grupo de discusión).

Según ascendemos en la escala social (económica y cultural) la percepción acerca de la concienciación está más cercana a una noción individual de la persona, a una educación más individualizada, una vida más ordenada. Dan



por sentado que la familia socializa en términos de educación y respeto básicos y por lo tanto no hay posibilidad de intervención a nivel de entorno social más próximo.

“Mi padre, cuando a veces me deja él su coche me da las llaves y es de noche, me las da y me hace así y me dice, ni una gota. ...entonces, ahí yo, ¿sabes? es donde le tengo que demostrar, ¿sabes?” (participante <precario>, grupo de discusión).

El transporte público es bastante considerado por este perfil de chicos, incluso superando en la práctica las estrategias de turno.

“Si vas a salir de fiesta no cojas el coche, ni turnarse ni nada, lo de turnarse vale el primer día, luego terminas hasta los huevos [de llevar a la gente por la dispersión geográfica de sus domicilios]” (participante <precario>, grupo de discusión).

De manera sintética y también a modo de constituir el *feedback* de la plataforma con el objetivo de incidir en los aspectos de riesgo y en la relación con el coche de los <precarios> se podría decir:

- Conducir os resulta divertido, os permite ahorrar tiempo, y por qué no decirlo, también fardar un poco (piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.), lo que a veces os lleva a cometer imprudencias.
- También soléis usar el coche para evadirnos por lo que sin daros cuenta os ponéis

enseguida a más de 120, sobre todo si tenéis un buen coche en el que no se nota la velocidad.

- Os cuesta mucho dejar el coche en casa si vais de juerga, aunque os parezca que es lo más prudente y adecuado, por lo que asumís riesgos.
- Sin embargo si vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no os importa decirle de forma tajante que conduzca con cuidado para no encontraros con situaciones peligrosas.



Tipo ideal V: <calificados>

El perfil de los <calificados> es muy parecido al de los <precarios>, con la diferencia de que son mayores, han superado su estadio de precariedad y adoptan por sí mismos una postura más precavida, principalmente en las cuestiones del ocio y coche. Son chicos de veinticuatro años o más, con capital económico medio y capital cultural entre medio-alto y alto.

Tienen también un alto sentido de control de su vida, de su tiempo y de su coche. Conciiben el uso del transporte público, de acuerdo con su emancipación familiar y la ubicación de su vivienda (centro de grandes ciudades, por ejemplo).

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN



“Ya llevo unos añitos que no tengo [accidentes] ¿sabes?, porque estoy más calmado” (participante <calificado>, grupo de discusión).

“si tú tienes una vida más calmadita ¿sabes? normalmente va todo un poco junto digamos ¿sabes? la forma de vivir que tú tienes ¿sabes? y el ritmo que tú llevas en ese momento de vida” (participante <calificado>, grupo de discusión).

Son bastante individualistas y aluden a la imposibilidad de cambiar a los que conducen temerariamente.

“Se supone que es su coche y te lo tienes que tragar” (participante <calificado>, grupo de discusión).

Hacen hincapié en que los piques, los más jóvenes y los niños son elementos de riesgo en el tráfico.

“Hay piques entre los colegas siempre ya pues alguno hace una tontería pues no voy a ser menos voy a hacer la misma tontería y al final pues estamos en lo mismo, acaba con el mismo resultado todo y pienso que... eso que al final pues son factores que a lo mejor no tienen nada que ver pero que llevan a un mismo a un mismo fin que es el desastre o el accidente” (participante <calificado>, grupo de discusión).

“El típico a lo mejor que lo ha tenido todo de niño tampoco que no lo valora en las cosas ni en él mismo ni el



que está al lao es que si te vas a matar tú solo psé, suerte, ¿sabes? te coges la autovía o te pegas contra un muro y guay pero cuando ya hay gente alrededor ¿sabes?” (participante <calificado>, grupo de discusión).

Estos jóvenes priorizan el sentirse a gusto en su coche en lugar de exhibirlo o vacilar. Se sienten más experimentados y sobre todo más responsables. El coche no representa para ellos algo imprescindible para su identidad, y su comportamiento al volante refleja una vida más estable, estructurada, que evidencia que ya superaron la precariedad y controlan bien sus vidas.

De manera sintética y también a modo de constituir el *feedback* de la plataforma con el objetivo de incidir en los aspectos de riesgo y su relación con el coche de los <calificados> se podría decir:

- Os sentís a gusto en el coche porque os permite tener control sobre vuestro tiempo y vuestra vida.
- Ya ha pasado la época en la que queríais fardar con el coche (piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las

curvas, etc.), y no os importa usar el transporte público si es posible. Ahora ya tenéis “más cabeza”.

- Soléis ser prudentes porque sabéis que de eso depende la vida de otras personas.
- No permitís que nadie juegue con vuestra vida, por lo que soléis rechazar la idea de subir a un coche si quien conduce no está en condiciones para hacerlo.

Tipo ideal VI: <nuevos ricos-as>

Originalmente compuesto por hombres, este tipo ideal también podría incluir a muchas mujeres que están adoptando patrones muy masculinos de conducción (en sentido negativo, a diferencia del grupo de chicas <ascendentes>). Su capital cultural es inferior al capital económico, situado entre medio y medio-alto por lo que existe un desfase considerable entre capital cultural y económico. Por ello en este grupo prevalece la importancia del coche, del dinero, en fin, del status social como carta de presentación.

“Yo lo que espero de mi coche es que represente mi estatus” (participante <nuevo rico>, grupo de discusión).

3. GRUPOS DE DISCUSIÓN

La importancia material del coche como reflejo del status e identidad también incide en los argumentos para mitigar la siniestralidad vial. Para ellos las multas sirven únicamente para sacarles el dinero. Opinan que conducir despacio puede ser peligroso y que un buen coche puede salvarte en una situación de peligro. No están muy predispuestos al cambio, y una de las medidas que reclaman es actualizar los límites de velocidad en zonas donde “la prudencia mata”.

“Sabes que en cualquier momento te están esperando... es como que van a cazarte (radares, controles)” (participante <nuevo rico>, grupo de discusión).

Así que el coche representa una tensión en el sentido de que les da la posibilidad para que conduzcan “a su bola”, pero al mismo tiempo la administración les saca su dinero. La ineficacia de la legalidad es tan grande que según ellos ni las autoescuelas tienen éxito en su papel de formación. Atribuyen las causas de siniestralidad a los elementos externos.

De manera sintética y también a modo de constituir el *feedback* de la plataforma con el objetivo de incidir en los aspectos de mayor riesgo y en la relación con el coche de los <nuevos ricos-as> se podría decir:

- Os gusta la libertad de movimiento que os da el coche para poder ir a vuestra bola.
- Os importa demasiado la imagen que dais a través del coche y vuestra manera de conducir, y esto a veces os lleva a cometer imprudencias para fardar



(piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.)

- No pensáis que ir a mucha velocidad es un problema si se sabe conducir bien, por eso corréis el riesgo de no percibir el peligro de ir demasiado deprisa.
- Ante el aburrimiento soléis darle demasiado al acelerador para activaros.
- Sin embargo, sois conscientes de la importancia de ser responsables al volante por las consecuencias que ello podría tener. Esto es muy positivo.
- Evitáis poner en riesgo a las personas que van con vosotros/as en el coche cuando conducís.
- Pero cuando vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no siempre le pedís de forma tajante que conduzca con cuidado, por lo que corréis el riesgo de encontraros en situaciones peligrosas.



4. FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA¹¹

A partir de la definición de los tipos ideales se diseñó la plataforma web para la participación de los jóvenes. Constituida de tres fases, el usuario empieza por rellenar una ficha sociodemográfica, pasa a una batería motivacional y termina con una batería sociocultural. Tanto la batería motivacional como la batería sociocultural generan un *feedback* de resultado a los participantes (ver anexos 2 y 3 para detalles de contenidos y programación).



Gráfico 8. Funcionamiento de la plataforma www.quetemueve.org

4.1. Difusión de la Plataforma

Durante el mes de enero de 2010 se realizó una fase intensa de captación de usuarios jóvenes para la plataforma web. Para ello se contó con la participación de las universidades de Málaga y Madrid. Abajo siguen los modelos de carteles que fueron enviados electrónicamente por e-mail al público objetivo de la campaña.



Imagen 1. E- card quetemueve A



Imagen 2. E- card quetemueve B



Imagen 3: E- card quetemueve C

4. FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA

4.2. La plataforma www.quetemueve.org



Imagen 4: pantalla inicial



Imagen 6: Qué es (1)



Imagen 5: pantalla conócele



Imagen 7: Qué es (2)

4. FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA



Ficha socio-demográfica

A través de la ficha socio-demográfica (Imagen 8 y Anexo 1) se registra a las personas participantes (nombre/alias, email y código postal de residencia) y permite agruparlos/as por género, edad, capital económico y capital cultural:

- a) Género (G): mujer, hombre.
- b) Capital Económico (CE): bajo, medio-bajo, medio, medio-alto, alto.
- c) Capital Cultural (CC): bajo, medio-bajo, medio, medio-alto/alto.
- d) Edad (E): 18-23 años, 24 años o más.

Además de los cuatro niveles de capital cultural, indicamos si se trata de una clase social ascendente o no:

- e) Clase social ascendente (ASC) o no ascendente.

Se define *Ascendente* al individuo cuyo capital cultural es superior a la media del capital cultural de la madre y el padre, con la condición de que el capital cultural de la madre sea igual o mayor que el del padre.

A partir de estos datos, cada participante queda ubicado en alguno de los tipos ideales identificados.

quetemueve.org

FICHA DE PARTICIPACIÓN

Datos:

Nombre/seudónimo/alias:

Código Postal: Email:

Año de Nacimiento:

Género

Hombre Mujer

Estudios, concluidos o en curso:

Primarios Secundarios Superiores

Situación Profesional:

Paro/contratos eventuales Contrato indefinido Joven profesional cualificado, empresario

Estudios de la madre:

Primarios Secundarios Superiores

Estudios del Padre:

Primarios Secundarios Superiores

Profesión de la Madre, independiente de que esté en paro o inactiva:

No ha desempeñado trabajo profesional

Asalariada, pequeño autónomo

Autónoma mediana, pequeña empresaria, profesional cualificada

Empresaria Mediana, ejecutiva

Gran empresaria, directiva

Profesión del Padre, independiente de que esté en paro o inactivo:

No ha desempeñado trabajo profesional

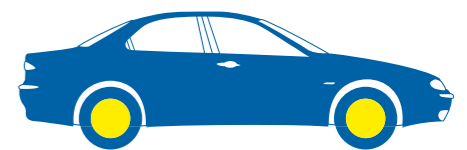
Asalariado, pequeño autónomo

Autónomo mediano, pequeño empresario, profesional cualificado

Empresario Mediano, ejecutivo

Gran empresario, directivo

Imagen 8: Ficha Sociodemográfica



4. FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA

Batería motivacional (análisis individual de riesgos)

Después de que los usuarios-as contestasen a las fichas demográficas pasaban a un segundo apartado que denominamos “batería motivacional” (imagen 9 y anexo 2) con preguntas autoevaluativas acerca de las conductas de riesgo en la conducción.

El objetivo de esta batería fue verificar la percepción que los participantes tienen sobre el riesgo, las ventajas del riesgo y la tendencia al cambio. Se han considerado siete factores: distracción, ingestión de alcohol, percepción de riesgo, ventajas del riesgo, norma social, superación de los límites de velocidad y tendencias al cambio (anexo 2).



Imagen 9: Algunas de las preguntas en la batería motivacional

Batería Sociocultural (análisis del perfil social)

La batería sociocultural incluye siete preguntas relacionadas con las dimensiones analíticas anteriormente señaladas (ejemplos en imágenes 10, 11 y 12. Contenido integral en anexo 3) que permiten corroborar o refutar las proposiciones discursivas de cada tipo ideal y profundizar en las estrategias más efectivas a la hora de concienciar sobre los riesgos que conlleva la conducción del coche.

La asignación inicial de los/as participantes a cada uno de los tipos ideales se realiza en función de los datos recabados en la ficha sociodemográfica (tal y como se indicó anteriormente) y mediante las preguntas de la batería sociocultural los/as participantes confirman esta asignación inicial o son asignados al tipo ideal con el que su discurso tiene mayor afinidad.

La batería consta de tres preguntas de escala (ejemplo imagen 10) dirigidas específicamen-

te al tipo ideal inicial asignado en función de los datos sociodemográficos (preguntas 3, 4 y 5) y cuatro preguntas de opción múltiple (ejemplo imagen 11) (preguntas 1, 2, 6 y 7) que permiten identificar afinidades con los otros tipos ideales. El procedimiento que sigue la plataforma es el siguiente:

a) Si cuatro de las respuestas coinciden con el tipo ideal asignado inicialmente, éste se corrobora y se generará el *feedback* de dicho tipo ideal para que el participante tenga un resultado de

evaluación sociocultural y su relación con el coche.

b) Si no hay estas cuatro respuestas que coinciden con el tipo ideal inicial, se consideran las respuestas del tipo ideal con el que el participante tiene mayor afinidad. En los pocos casos que había posibilidad de empate entre las afinidades con los tipos ideales, se presentaba una octava pregunta para la asignación final del tipo ideal.

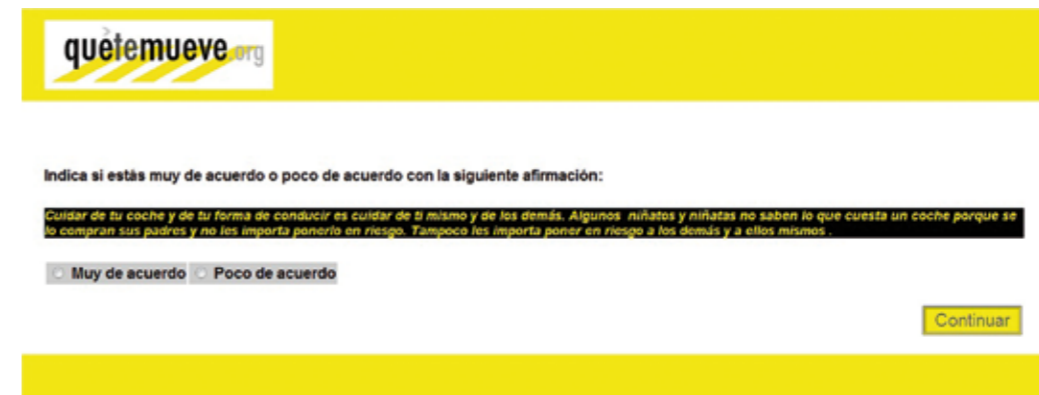


Imagen 10: Ejemplo de la pregunta 4 para el tipo ideal <precarios> en la batería sociocultural

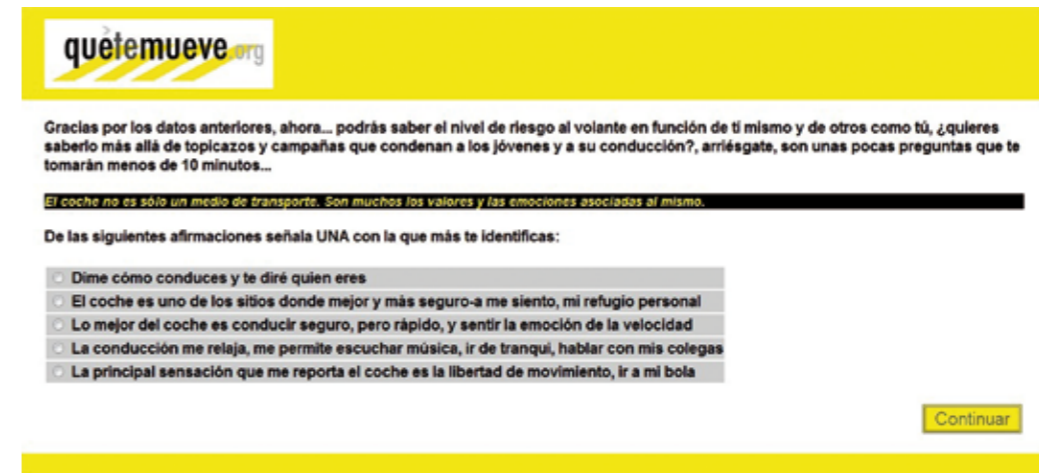


Imagen 11: Ejemplo de la pregunta 1 para todos los tipos ideales en la batería sociocultural

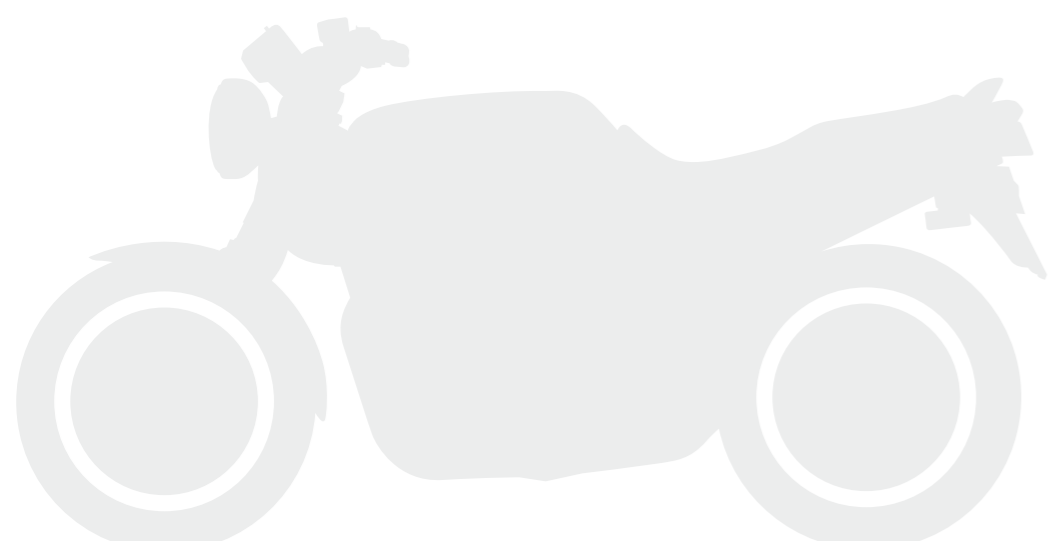


4. FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA

Después de contestar a las preguntas de la batería, el/la participante recibe un *feedback* con las características del tipo ideal que se le ha asignado. Los contenidos de los *feedbacks* fueron anteriormente presentados.



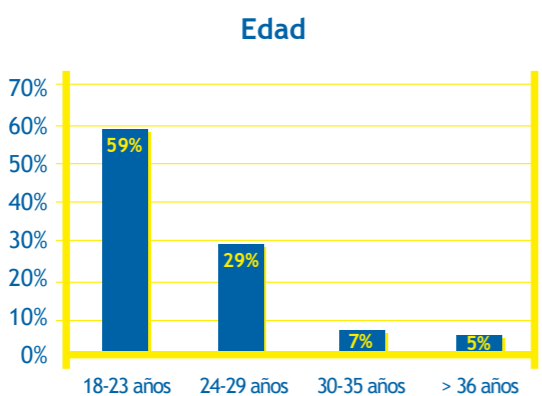
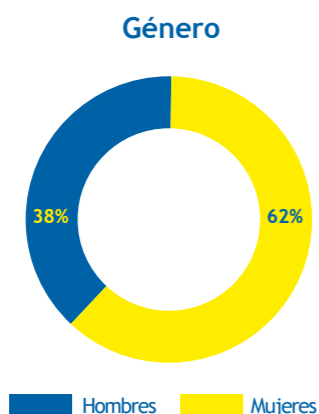
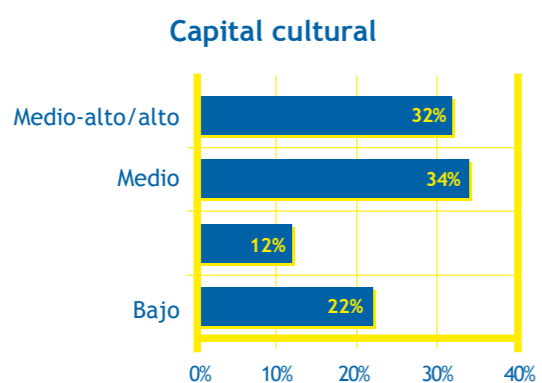
Imagen 12: Feedback para el tipo ideal <ascendentes>



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

5.1. Características de la muestra, ficha socio-demográfica

En total participaron 168 jóvenes en la plataforma web *Qué Te Mueve* durante la última semana del mes de Febrero de 2010.



Gráfico(s) 9: Características de la muestra por género, edad y capital cultural

En relación a las características de género, edad y capital cultural, han predominado las mujeres, los más jóvenes (entre 18 y 23 años) y personas de capital cultural medio y alto.

La primera asignación de tipos ideales a través de la ficha sociodemográfica se concentró en las <ascendentes>, con casi la mitad del total de participaciones.

Los chicos se han distribuido con más homogeneidad, destacando los <curritos>, <nuevos ricos> y <precarios>. El grupo de los <calificados> es el menos representado, y se distinguen de los <precarios> solo en la franja de edad, con más de 24 años.

La distribución de la muestra por tipos ideales es la siguiente:

TIPOS IDEALES	%	TOTALES
Ascendentes	47%	78/168
Curritos	11%	19/169
Acopladas	15%	26/168
Precarios	8%	13/168
Cualificados	4%	7/168
Nuevos Ricos	15%	25/168

Tabla 8: Distribución de los/as participantes por tipos ideales según la asignación de la ficha sociodemográfica

Pasamos a continuación a exponer sus características en relación con la velocidad, la distracción, ingestión de alcohol, percepción del riesgo, percepción de ventajas del riesgo, normalización social y tendencias al cambio¹².

5.2. Batería motivacional¹³

Exceso de velocidad

Los/as participantes en la plataforma contestaron a la pregunta *con qué frecuencia circulas a más velocidad que la conveniente*, teniendo la posibilidad de cuatro respuestas de escala entre nunca y bastantes veces.

Las diferencias por género son evidentes. Cerca del 40% de las mujeres admiten supe-

rar la velocidad algunas o bastantes veces, mientras que el 60% de los varones lo hacen con esta frecuencia. El capital cultural también se muestra como un elemento fundamental en la forma de conducir. Las mujeres <ascendentes> -cuyo capital cultural es inferior al de las <acopladas>- tienden a un comportamiento más arriesgado en relación a la velocidad. Entre los chicos se muestra la misma tendencia, aunque no de forma tan marcada.

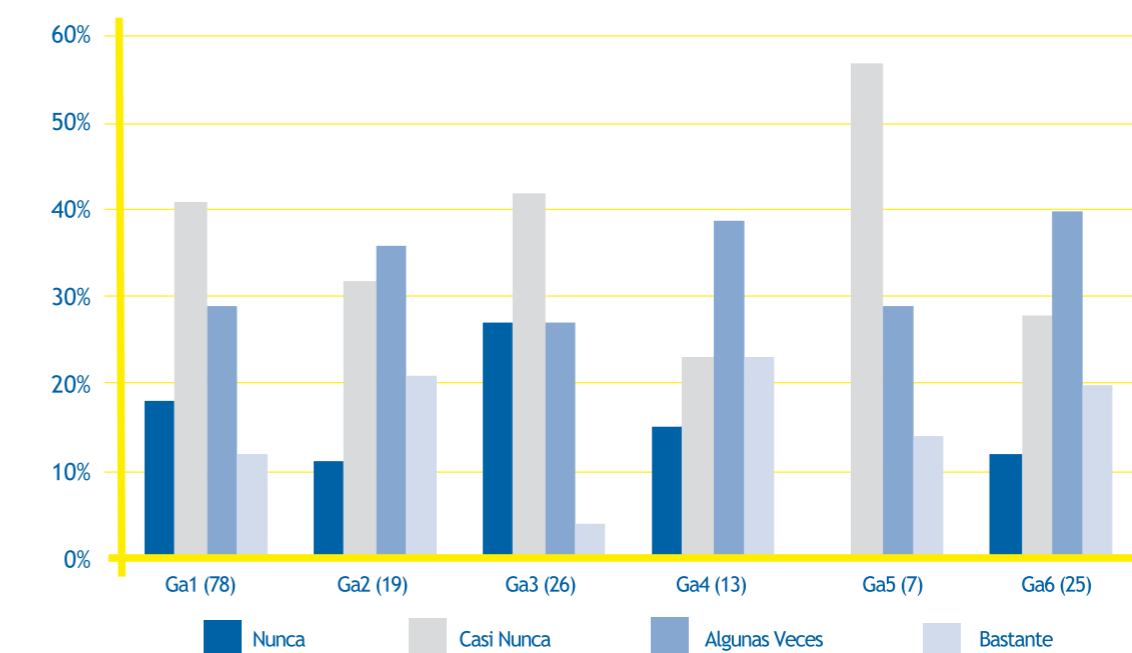


Gráfico 10: Frecuencia de superación del límite de velocidad por tipos ideales

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Bastante
Ascendentes (78)	18%	41%	29%	12%
Curritos (19)	11%	32%	36%	21%
Acopladas (26)	27%	42%	27%	4%
Precarios (13)	15%	23%	39%	23%
Cualificados (7)	0%	57%	29%	14%
Nuevos Ricos (25)	12%	28%	40%	20%

Tabla 9: Frecuencia de superación del límite de velocidad por tipos ideales

¹² En los gráficos y tablas que siguen, considerar que Ga1 = <ascendentes>, Ga2 = <curritos>, Ga3 = <acopladas>, Ga4 = <precarios>, Ga5 = <calificados> y Ga6 = <nuevos ricos>.

¹³ En los gráficos de este apartado (gráficos 10-15), las siglas Ga1, Ga2, Ga3, Ga4, Ga5 y Ga6 se refieren, en el mismo orden, a los tipos ideales asignados inicialmente en la ficha sociodemográfica: (Ga1) <ascendentes>, (Ga2) <curritos>, (Ga3) <acopladas>, (Ga4) <precarios>, (Ga5) <calificados> y (Ga6) <nuevos ricos>.



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Distracción

En relación a la distracción destaca la manera más atenta de conducir de las <acopladas> y que las chicas del grupo de <ascendentes> tienen más distracciones que las <acopladas>. Los que más se distraen son los hombres con capital cultural medio-alto y <calificados>.

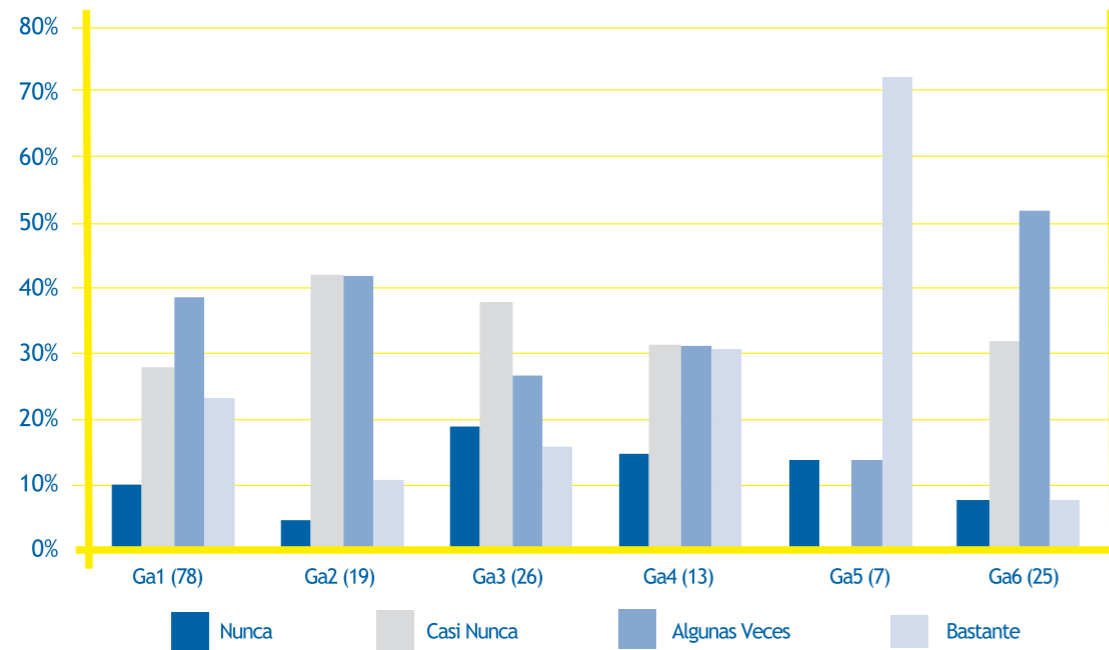


Gráfico 11: Frecuencia de distracción por tipos ideales

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Bastante
Ascendentes (78)	10%	28%	39%	23%
Curritos (19)	5%	42%	42%	11%
Acopladas (26)	19%	38%	27%	16%
Precarios (13)	15%	31%	31%	23%
Cualificados (7)	14%	0%	14%	72%
Nuevos Ricos (25)	8%	32%	52%	8%

Tabla 10: Frecuencia de distracción por tipos ideales

Ingestión de alcohol

Son las chicas las que con menor frecuencia mezclan alcohol y conducción, comportamiento aún más acentuado entre las chicas <acopladas>. Entre los hombres, a menor capital cultural le corresponde mayor consumo de alcohol: en este caso está protagonizado por los <curritos> y <nuevos ricos>.

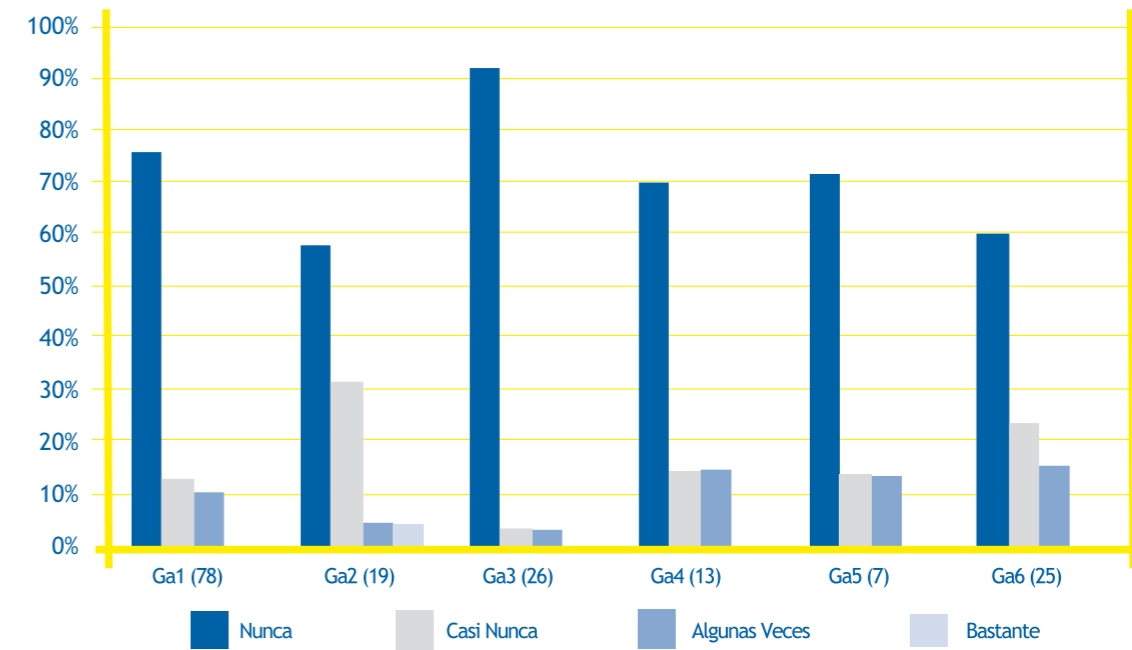


Gráfico 12: Frecuencia ingestión de alcohol y conducción por tipos ideales

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Bastante
Ascendentes (78)	76%	13%	11%	0%
Curritos (19)	58%	32%	5%	5%
Acopladas (26)	92%	4%	4%	0%
Precarios (13)	70%	15%	15%	0%
Cualificados (7)	72%	14%	14%	0%
Nuevos Ricos (25)	60%	24%	16%	0%

Tabla 11: Frecuencia ingestión de alcohol y conducción por tipos



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Percepción del riesgo

Se preguntó a los-as jóvenes qué riesgo o probabilidad de causar un accidente tenían sus conductas cuando conducen el coche. Entre los grupos de varones la percepción del ries-

go es mayor entre los que tienen capitales económicos medio y bajo. Las mujeres, en general, consideran en menor medida que los hombres que su forma de conducir implique riesgos para los demás.

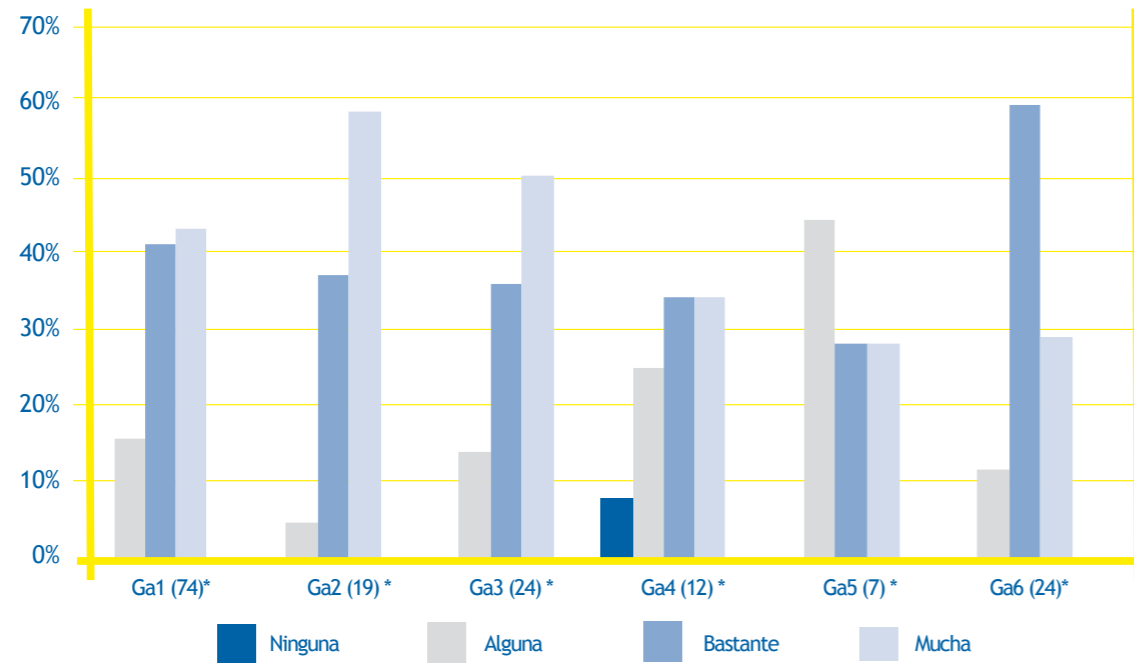


Gráfico 13: Percepción del riesgo por tipos ideales¹⁴

	Ninguna	Alguna	Bastante	Mucha
Ascendentes (78)	66%	33%	1%	0%
Curritos (19)	47%	47%	0%	6%
Acopladas (26)	68%	27%	5%	0%
Precarios (13)	59%	33%	8%	0%
Cualificados (7)	43%	57%	0%	0%
Nuevos Ricos (25)	67%	29%	4%	0%

Tabla 12: Percepción del riesgo por tipos ideales

Ventajas en conductas arriesgadas

Las mujeres jóvenes, tanto las <ascendentes> como las <acopladas> coinciden en la apreciación de las bajas o inexistentes ven-

tajas de las conductas arriesgadas. Los tipos ideales de varones se aproximan a los de las chicas pero con más diferencias entre sí: entre los jóvenes <curritos> hay un porcentaje que destaca la opción *much*.

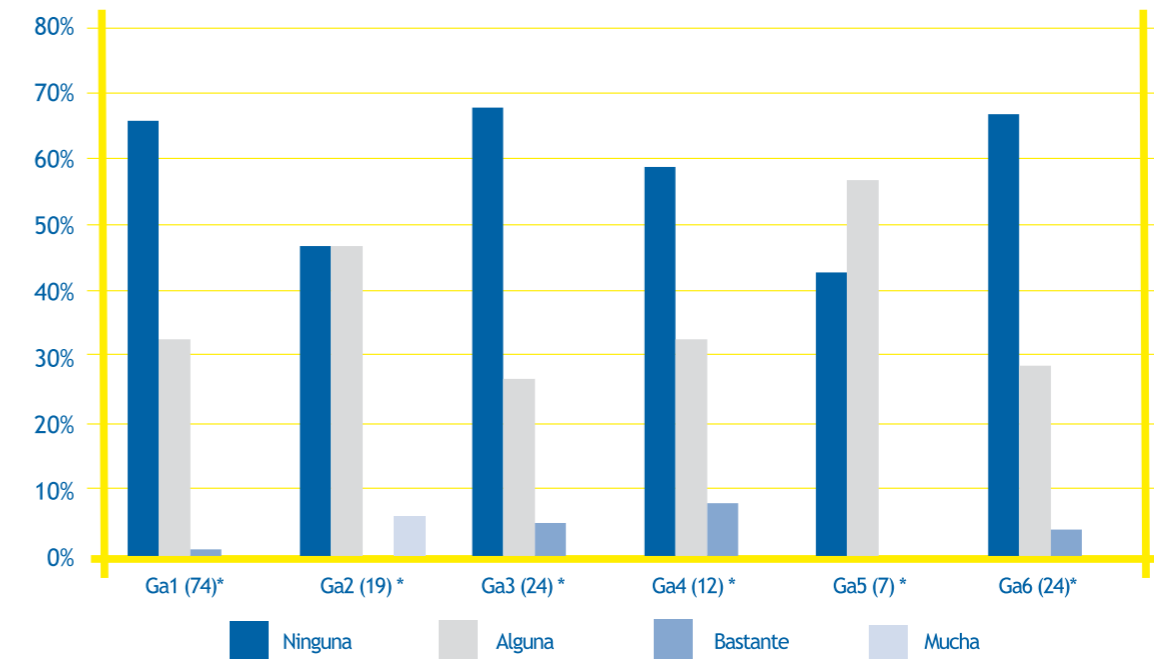


Gráfico 14: Percepción de ventaja de las conductas arriesgadas

	Ninguna	Alguna	Bastante	Mucha
Ascendentes (78)	66%	33%	1%	0%
Curritos (19)	47%	47%	0%	6%
Acopladas (26)	68%	27%	5%	0%
Precarios (13)	59%	33%	8%	0%
Cualificados (7)	43%	57%	0%	0%
Nuevos Ricos (25)	67%	29%	4%	0%

Tabla 13: Percepción de ventaja de las conductas arriesgadas

¹⁴ Los participantes que en la primera pantalla de la batería motivacional (Imagen 9) contestan "nunca" a las tres preguntas referentes a exceso de velocidad, distracción e ingestión de alcohol, automáticamente no necesitan contestar las tres preguntas siguientes, por eso los asteriscos en los gráficos 13-17 apuntan a una pequeña reducción de la muestra en comparación a los gráficos 10-12.



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Normalización social

Preguntados sobre la proporción de otros conductores que practican malas conductas en el tráfico vial, todos coinciden en señalar que son bastantes los conductores que las ejercen.

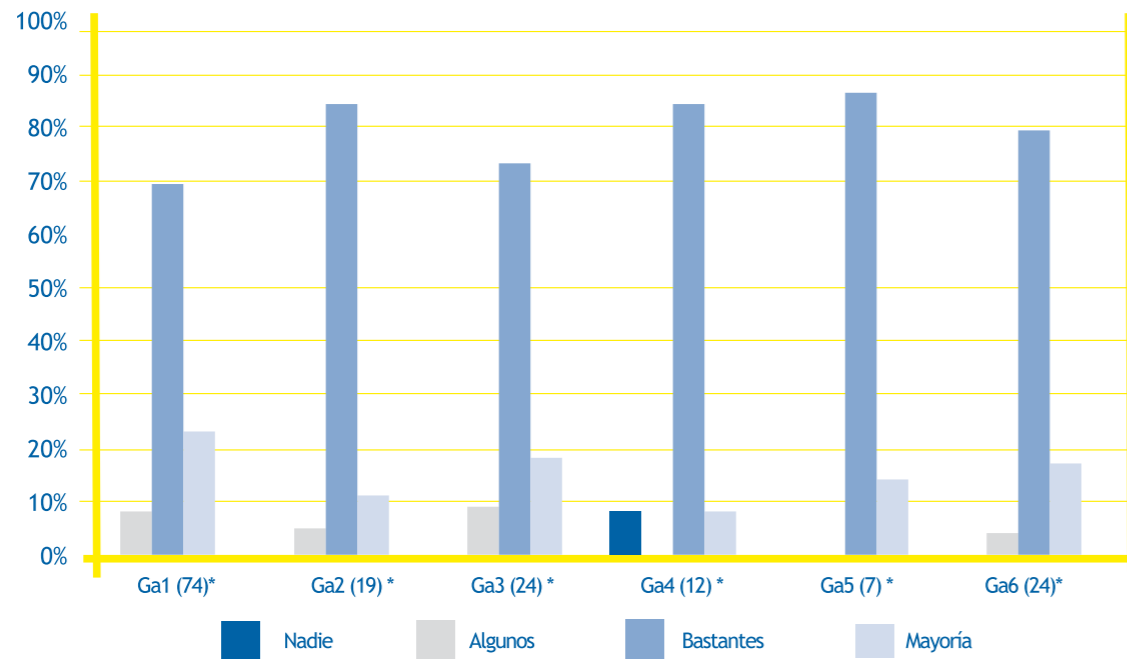


Grafico 15: Apreciación de la mala conducta de los otros

	Nadie	Algunos	Bastantes	Mayoría
Ascendentes (78)	0%	8%	69%	23%
Curritos (19)	0%	5%	84%	11%
Acopladas (26)	0%	9%	73%	18%
Precarios (13)	8%	0%	84%	8%
Cualificados (7)	0%	0%	86%	14%
Nuevos Ricos (25)	0%	4%	79%	17%

Tabla 14: Apreciación de la mala conducta de los otros



Tendencia al cambio

El tipo ideal de las <acopladas> es el que menos asume riesgos, como se ha visto en los puntos anteriores, y es también el que menos admite cambios, probablemente porque ya han interiorizado un papel de conductoras

buenas y responsables. En una lógica semejante, pero en otra perspectiva de posición sociocultural, los <curritos> están bastante inclinados a mejorar su forma de conducir el coche. Los <nuevos ricos> y los <precarios>, por su parte, no consideran con mucho énfasis que deban cambiar.

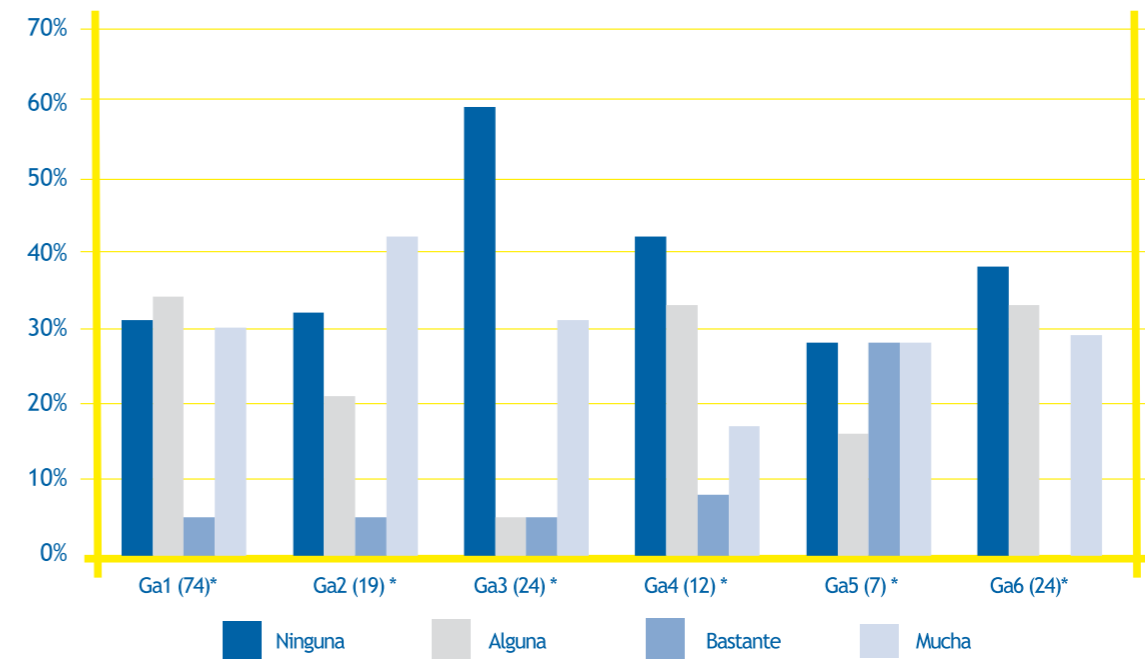
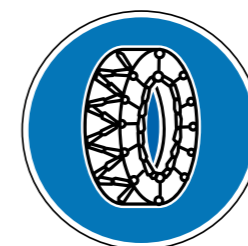


Grafico 16: Tendencia propia al cambio

	Ninguna	Alguna	Bastante	Mucha
Ascendentes (78)	31%	34%	5%	30%
Curritos (19)	32%	21%	5%	42%
Acopladas (26)	59%	5%	5%	31%
Precarios (13)	42%	33%	8%	17%
Cualificados (7)	28%	16%	28%	28%
Nuevos Ricos (25)	38%	33%	0%	29%

Tabla 15: Tendencia propia al cambio



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

5.3. Batería sociocultural y corroboración de los tipos ideales

La corroboración se fundamenta en la comparación entre las asignaciones iniciales a uno de los seis tipos ideales, de acuerdo con la ficha sociodemográfica, y la asignación final en función de la batería sociocultural, en la que los/as participantes podían haber sido reasignados/as a otros tipos ideales según las opciones de respuestas elegidas (que se corresponden con afinidades discursivas y, por tanto, con alguno de los tipos ideales).

Como se puede observar en la tabla 17, los cambios fueron bastante escasos, lo cual confirma y valida las definiciones y caracterizaciones de los tipos ideales.

ASIGNACIÓN INICIAL Ficha Sociodemográfica	%	REAL (de 168)
Ascendentes	47%	78
Curritos	11%	19
Acopladas	15%	26
Precarios	8%	13
Cualificados	4%	7
Nuevos Ricos	15%	25

ASIGNACIÓN FINAL Batería sociocultural	%	REAL (de 168)
Ascendentes	51%	86
Curritos	10%	16
Acopladas	13%	22
Precarios	7%	12
Cualificados	7%	12
Nuevos Ricos	12%	20

Tabla 16. Cambios cuantitativos entre las asignaciones iniciales y finales de los tipos ideales

A pesar de los resultados positivos alcanzados, pasaremos a un análisis detallado por cada una de las dimensiones para intentar dilucidar puntos que puedan ser mejorados en la metodología empleada en la plataforma web.

Dimensión <sensación en el coche>¹⁵

Las respuestas elegidas acerca de las emociones y los valores asociados al coche fueron principalmente dos: “Dime cómo conduces y te diré quién eres” y “La principal sensación que me da el coche es la libertad de movimiento, ir a mi bola”. Respuestas definidas inicialmente para <curritos>, <acopladas>, <cualificados> y <nuevos ricos>, muestran que son ante todo una característica que abarca prácticamente al conjunto de los jóvenes en aspectos relacionados con la automovilidad. Merece resaltar que los cuatro tipos ideales mencionados fueron más enfáticos en dichas respuestas, principalmente los <cualificados>. Además, una “minoría” considerable de chicas <ascendentes> contestó lo que de ellas se esperaba: “La conducción me relaja, me permite escuchar música, ir de ‘tranqui’, hablar con mis colegas”.

Respuestas definidas inicialmente para <curritos>, <acopladas>, <cualificados> y <nuevos ricos>, muestran que son ante todo una característica que abarca prácticamente al conjunto de los jóvenes en aspectos relacionados con la automovilidad. Merece resaltar que los cuatro tipos ideales mencionados fueron más enfáticos en dichas respuestas, principalmente los <cualificados>. Además, una “minoría” considerable de chicas <ascendentes> contestó lo que de ellas se esperaba: “La conducción me relaja, me permite escuchar música, ir de ‘tranqui’, hablar con mis colegas”.

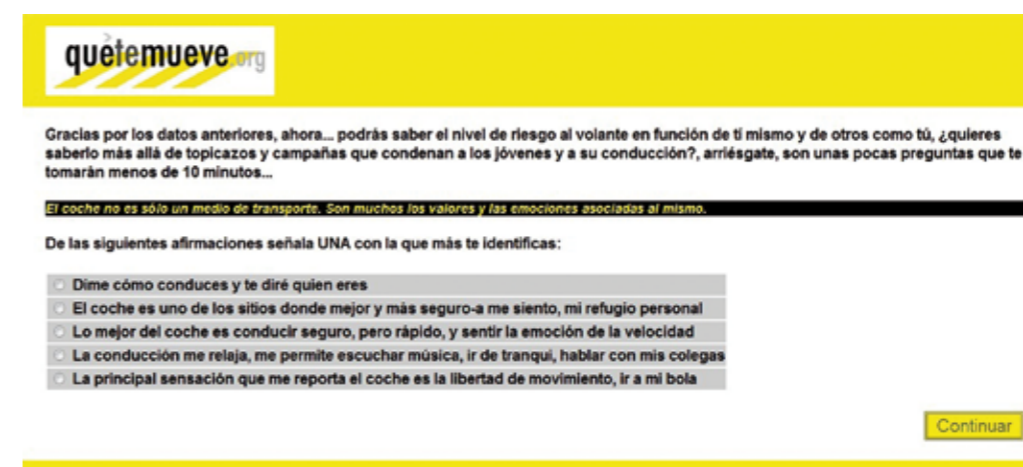


Imagen 13. Pregunta 1 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org



¹⁵ Consultar anexo 3, donde están las preguntas de cada dimensión y las respuestas esperadas para cada tipo ideal.

5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Dimensión sensación en el coche					
	Resp1	Resp2	Resp3	Resp4	Resp5
Ascendentes	44%	6%	0%	19%	31%
	34-78	4-78	-	15-78	24-78
Curritos	32%	5%	0%	16%	47%
	6-19	1-19	-	3-19	9-19
Acopladas	58%	4%	0%	15%	23%
	15-26	1-26	-	4-26	6-26
Precarios	38%	8%	0%	23%	31%
	5-13	1-13	-	3-13	4-13
Cualificados	14%	0%	0%	14%	72%
	1-7	-	-	1-7	5-7
Nuevos Ricos	60%	4%	0%	4%	32%
	15-25	1-25	-	1-25	8-25

Tabla 17. Respuestas a la pregunta 1 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal

Dimensión estrategias de reactivación				
	Resp1	Resp2	Resp3	-
Ascendentes	71%	29%	0%	-
	56-78	22-78	-	-
Curritos	79%	16%	5%	-
	15-19	3-19	1-19	-
Acopladas	77%	23%	0%	-
	20-26	6-26	-	-
Precarios	69%	31%	0%	-
	9-13	4-13	-	-
Cualificados	86%	14%	0%	-
	6-7	1-7	-	-
Nuevos Ricos	72%	24%	4%	-
	18-25	6-25	1-25	-

Tabla 18. Respuestas a la pregunta 2 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal

Dimensión <estrategias de reactivación>

Los resultados de la pregunta sobre las estrategias de reactivación indican que se trata de algo especialmente prescindible en la pla-

taforma. La gran mayoría afirmó que frente a las prisas, el estrés y el cansancio, “abriría las ventanillas, mascaría chicle, pondría música para despejarme”.

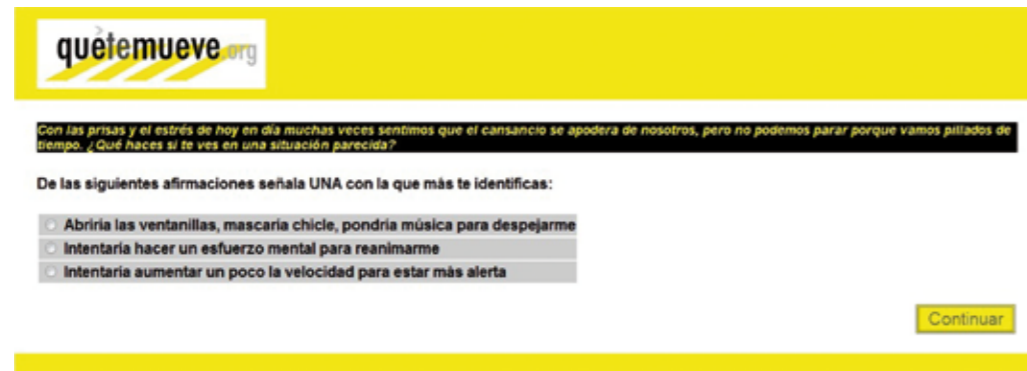


Imagen 14. Pregunta 2 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org

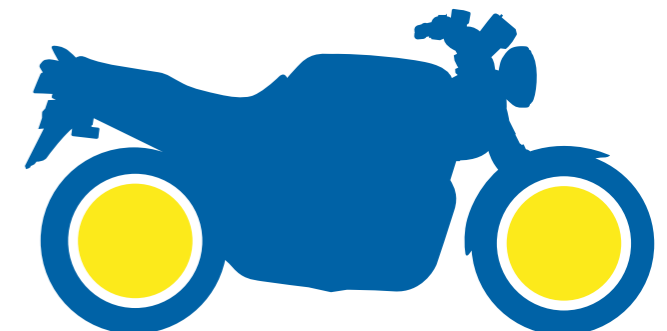
Dimensión <causas de siniestralidad>

Esta tercera dimensión, y las dos siguientes, se dirigen específicamente a cada tipo ideal con una pregunta en la que contestan si están muy de acuerdo o poco de acuerdo con las afirmaciones presentadas. Los resultados fueron o buenos o mínimamente satisfactorios para <ascendentes>, <acopladas>, <precarios> y <cualificados>, pero malos para <curritos> y <nuevos ricos> que no están muy de acuerdo con las afirmaciones:

“La velocidad en sí no es mala si se sabe conducir. Lo que mata es pisarle para llegar a tiempo a todo. La prudencia de algunas mujeres y personas mayores, junto con los niños y los piques son igualmente peligrosos. Por eso cuando pitan intento ver qué es lo que han hecho mal los otros conductores, o paso”, y

“Limitar la velocidad a la que pueden ir los coches no sería muy acertado porque a veces te puede sacar de un apuro. El problema se encuentra en las prisas y las infraestructuras, en los mayores, en algunas mujeres y en los niños que les gusta fardar. Otra de las principales razones es la inutilidad de la formación vial en las autoescuelas. Cuando un coche pita tiendo a pensar que la culpa es de otros conductores o paso”.

Muy probablemente estos resultados se deban a la gran cantidad y variedad de información en las opciones dadas, haciéndoles desviarse de la plena concordancia.



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

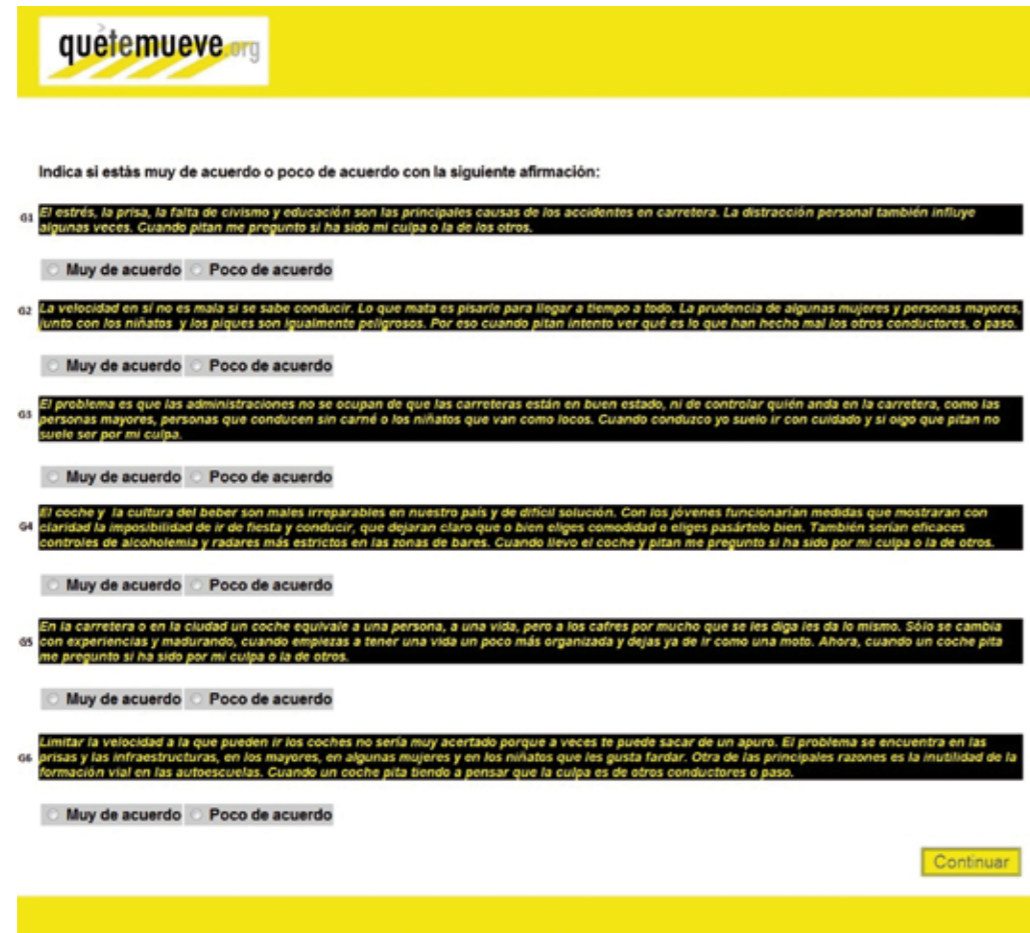


Imagen 15. Pregunta 3 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org

Dimensión causa de siniestralidad (dirigida)	MUY de acuerdo		POCO de acuerdo	
	MUY de acuerdo	POCO de acuerdo	MUY de acuerdo	POCO de acuerdo
Ascendentes	83%	27%	63-78	13-78
Curritos	32%	68%	6-19	13-19
Acopladas	50%	50%	13-26	13-26
Precarios	77%	23%	10-13	3-13
Cualificados	71%	29%	5-7	2-7
Nuevos Ricos	28%	72%	7-25	18-25

Tabla 19. Respuestas a la pregunta 3 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal

Dimensión <responsabilidad y cultura del esfuerzo>

En esta dimensión los resultados fueron todos positivos en cuanto a las opciones de respuesta esperadas. Un hecho destacable fue el relacionado con el grupo de las <acopladas>, en el que absolutamente todas las participantes contestaron estar muy de

acuerdo con la afirmación: “No sabemos lo importante que es nuestro móvil o nuestro coche hasta que, por cualquier circunstancia, no podemos utilizarlos. Una distracción o un mal gesto pueden dejar tu coche o el de otra gente fuera de juego en la carretera. Es importante tener respeto por los demás”. La formulación de esta respuesta posee un final demasiado obvio e innegable.

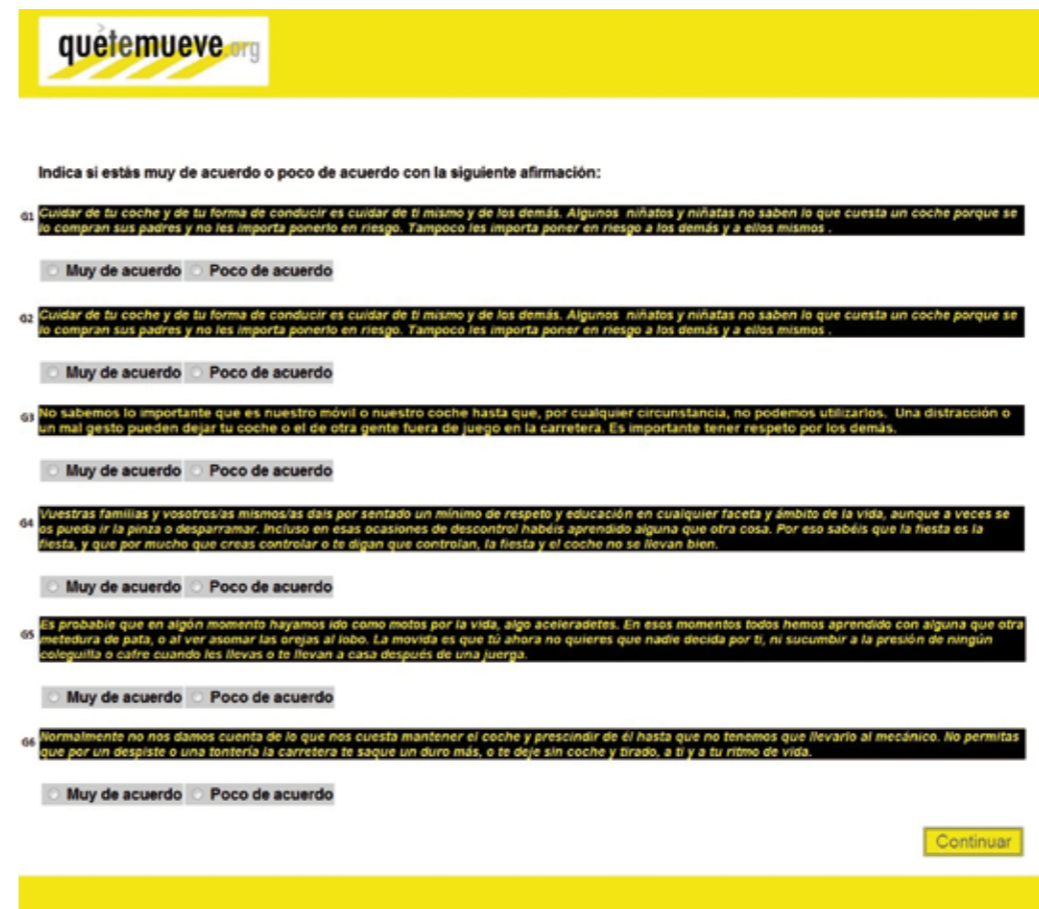


Imagen 16. Pregunta 4 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org

5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Dimensión responsabilidad, individuación y cultura del esfuerzo		
	MUY de acuerdo	POCO de acuerdo
Ascendentes	87%	13%
	68-78	10-78
Curritos	74%	26%
	14-19	5-19
Acopladas	100%	0%
	26-26	-

Dimensión responsabilidad, individuación y cultura del esfuerzo		
	MUY de acuerdo	POCO de acuerdo
Precarios	85%	15%
	11-13	2-13
Cualificados	71%	29%
	5-7	2-7
Nuevos Ricos	56%	44%
	14-25	11-25

Tabla 20. Respuestas a la pregunta 4 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal



sencilla, sin tanta diversidad de información. Los <precarios> se mostraron de esta forma poco de acuerdo con que “las estrategias para la prevención de accidentes pasan por medidas de cero alcohol para conducir e instalación de cajas-negras en los coches para registrar velocidad y localización. Otras posibilidades pasan por campañas de prevención para los jóvenes que lancen el mensaje “fiesta y coche, incompatibles” en lugar de “si bebes no conduzcas” o “no podemos conducir por ti”.

A través del informe Sartre3 de la Unión Europea sabemos, no obstante, que los jóvenes españoles de las clases más bajas suelen apoyar las instalaciones de cajas-negras para mejorar el tráfico vial, mientras que los jóvenes de las clases más altas (los <precarios> tienen un capital cultural medio-alto), tienen una opinión más crítica porque ya accedieron a la tecnología y no creen que sean ellas la solución para la siniestralidad vial, principalmente en los instrumentos que puedan ser utilizados para vigilar o controlar la conducta vial.

Dimensión <estrategias de sensibilización>

En cuestiones de estrategias de sensibilización y acciones para evitar la siniestralidad vial los resultados fueron satisfactorios para casi todos los grupos, a excepción de los <precarios>. Se hubieran alcanzado mejores resultados si la formulación de la pregunta hubiera sido más

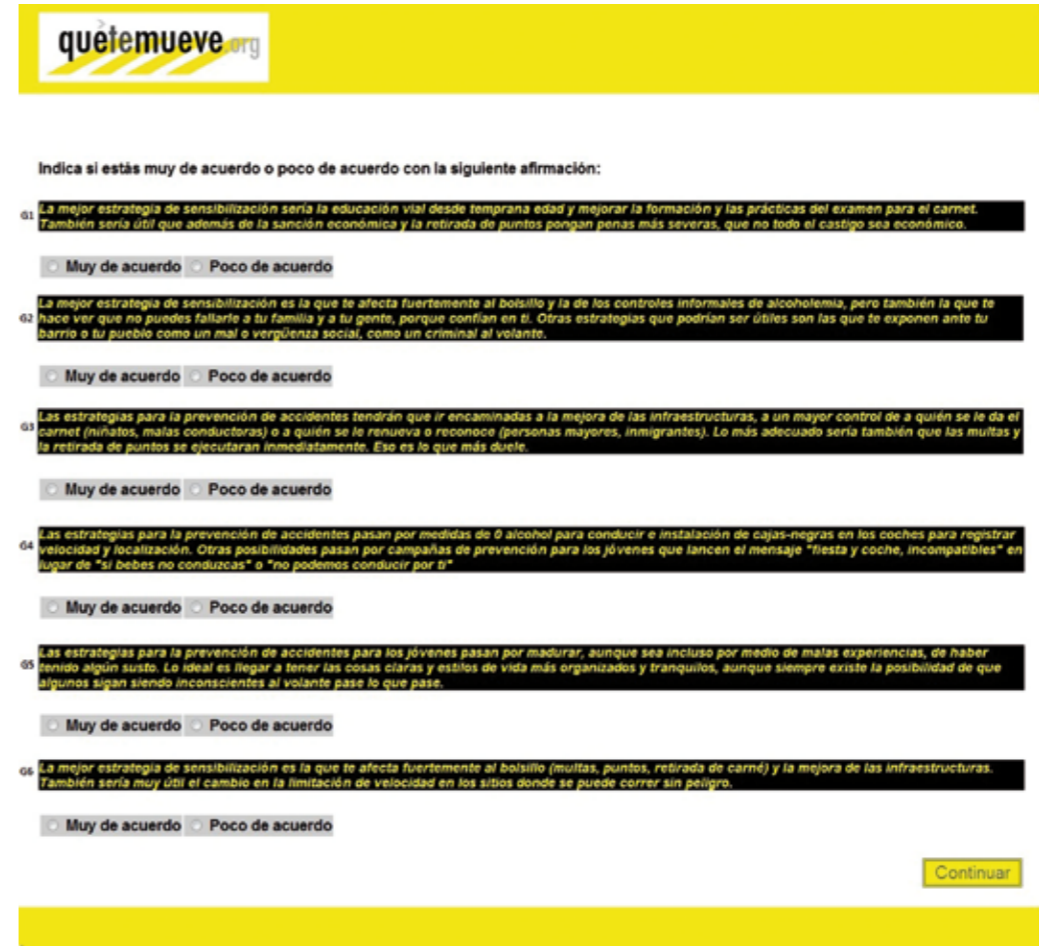


Imagen 17. Pregunta 5 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org

Dimensión estrategias de sensibilización (dirigida)		
	MUY de acuerdo	POCO de acuerdo
Ascendentes	85%	15%
	66-78	12-78
Curritos	68%	32%
	13-19	6-19
Acopladas	50%	50%
	13-26	13-26

Dimensión estrategias de sensibilización (dirigida)		
	MUY de acuerdo	POCO de acuerdo
Precarios	46%	54%
	6-13	7-13
Cualificados	71%	29%
	5-7	2-7
Nuevos Ricos	56%	44%
	14-25	11-25

Tabla 21. Respuestas a la pregunta 5 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal

5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Dimensión <nivel de inmersión>

Las respuestas dadas sobre la inmersión que los conductores experimentan mientras conducen, es decir, el hecho de conducir automáticamente, se han concentrado en todos los tipos ideales entre la primera opción y la segunda: “Conducir de manera automática puede ser la causa de un accidente y uno de los principales motivos para perder la autonomía y la seguridad que me da el coche” y “a veces le llaman exceso de confianza, aun-

que en realidad es una pérdida de control en la que el coche y la carretera pueden acabar decidiendo por mí. Intentaría evitarla”.

En función de estos resultados creemos que es una dimensión prescindible en la plataforma web, ya que estas características se asemejan entre sí, y su utilidad en términos de información es auxiliar en estrategias de sensibilización y las formas más acogedoras de comunicar una manera de conducir más segura.

Dimensión niveles de inmersión					
	Resp1	Resp2	Resp3	Resp4	Resp5
Ascendentes	24%	10%	3%	19%	44%
	19-78	8-78	2-78	15-78	34-78
Curritos	25%	5%	5%	10%	50%
	5-19	1-19	1-19	2-19	10-19
Acopladas	31%	0%	8%	15%	46%
	8-26	-	2-26	4-26	12-26
Precarios	46%	8%	15%	0%	31%
	6-13	1-13	2-13	-	4-13
Cualificados	14%	14%	0%	14%	58%
	1-7	1-7	-	1-7	4-7
Nuevos Ricos	28%	4%	4%	28%	36%
	7-25	1-25	1-25	7-25	9-25

Tabla 22. Respuestas a la pregunta 6 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal

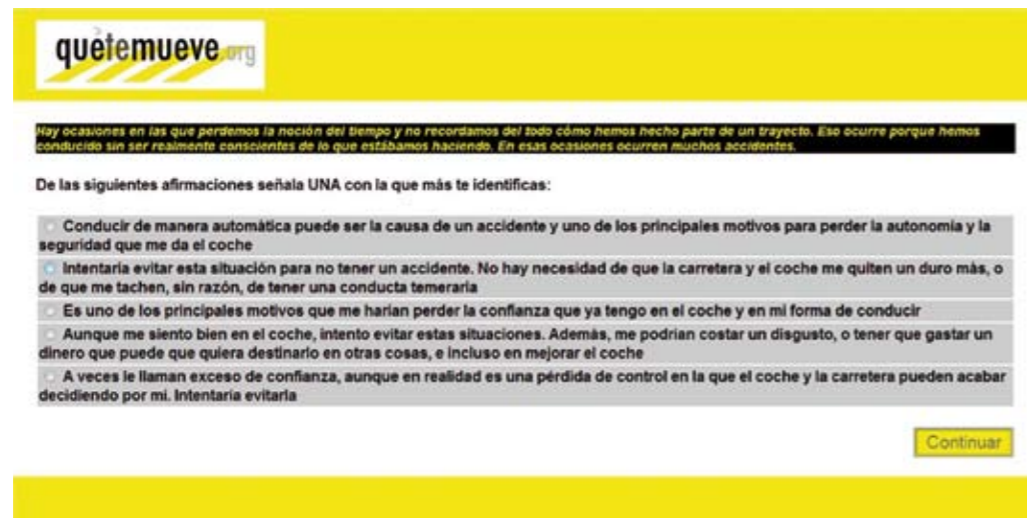
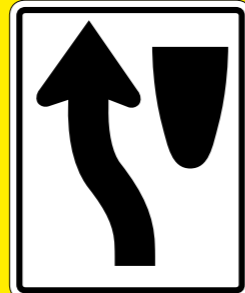


Imagen 18. Pregunta 6 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org



5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PLATAFORMA

Dimensión <percepción del riesgo como acompañante>

En esta última dimensión los participantes apuntaron las medidas más convenientes como acompañantes cuando el conductor del coche no se comporta de la manera más adecuada. Las respuestas, en números brutos, no han sido exactamente idénticas a lo que se esperaba, pero más allá de las mayorías que oscilaron entre las respuestas 1, 3 y 5, merece la pena verificar que los <curritos>, los <calificados> y los <nuevos ricos>, es decir, chicos que tienen ya cierta experiencia de conducir y para quienes el coche tiene una importancia considerable,

son aquellos que más eligieron la respuesta 2, la más directa y asertiva de todas: *“No espero ni lo más mínimo para decir que pare, que voy por mi cuenta”*.

Es igualmente interesante destacar que los tipos ideales que “por respeto no dicen nada”, son las <ascendentes>, los <curritos> y las <acopladas>. Se percibe de esta forma el marcador de género de un lado y la preocupación por no ser reprochado en el grupo de amigos por parte de los chicos. A pesar de esas diferencias en casi todos los grupos se percibe la voluntad de pedir al conductor de forma amable que vaya con cuidado.

Dimensión percepción riesgo como acompañante					
	Resp1	Resp2	Resp3	Resp4	Resp5
Ascendentes	40%	4%	24%	17%	15%
	31-78	3-78	19-78	13-78	12-78
Curritos	26%	16%	26%	16%	16%
	5-19	3-19	5-19	3-19	3-19
Acopladas	23%	4%	38%	12%	23%
	6-26	1-26	10-26	3-26	6-26
Precarios	61%	0%	0%	8%	31%
	8-13	-	-	1-13	4-13
Cualificados	14%	14%	43%	0%	29%
	1-7	1-7	3-7	-	2-7
Nuevos Ricos	40%	12%	16%	8%	24%
	10-25	3-25	4-25	2-25	6-25

Tabla 23. Respuestas a la pregunta 7 de la batería sociocultural por tipos ideales. *En rojo las opciones que esperábamos para cada tipo ideal

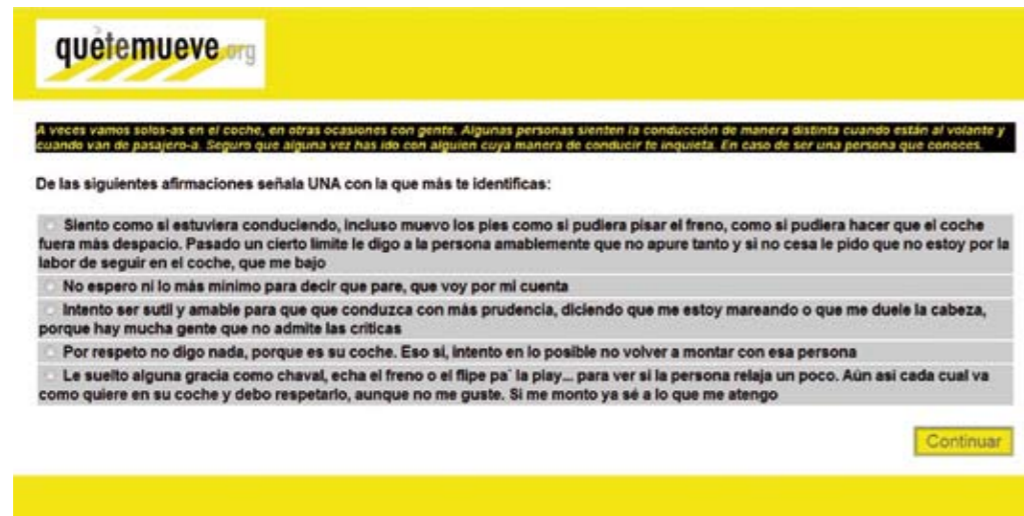


Imagen 19. Pregunta 7 de la batería sociocultural en www.quetemueve.org

www.quetemueve.org



6. CONCLUSIONES

La investigación nos ha permitido plantear una perspectiva teórica sobre la automovilidad y profundizar en algunos de los posibles roles desempeñados por el coche en la sociedad contemporánea. No obstante las principales aportaciones del estudio se relacionan con dos líneas de trabajo. En primer lugar desarrollar una herramienta de evaluación y su fundamentación teórico-empírica previa para evaluar a cada joven a partir de las características principales (o dimensiones) de su grupo de pertenencia en lugar de a partir de estándares y modelos teóricos apriorísticos. En segundo lugar, intentar comprender la cultura del automóvil desde una perspectiva comunicacional, es decir, lejos de limitarse a reproducir visiones individualizadas (que acompañan a las estadísticas frías y a los procesos de estigmatización de grupos sociales como los jóvenes), procurar entender y actuar a través de una comprensión sistémica y cultural.

En la fase de trabajo de campo, y a partir de un diseño mixto de investigación, hemos identificado siete dimensiones analíticas (sensaciones en el coche, estrategias de reactivación, causas de siniestralidad, responsabilidad y

cultura del esfuerzo, estrategias de sensibilización, niveles de inmersión y percepción del riesgo como acompañante), y seis tipos ideales (<ascendentes>, <curritos>, <acopladas>, <precarios>, <calificados> y <nuevos ricos>) en relación a los cuales hemos centrado nuestro trabajo para crear mensajes adaptados a los diferentes perfiles y conseguir un mayor nivel de identificación en la autoevaluación en forma de *feed-backs*.

Esta forma de proceder nos ha permitido comprender que las conductas de riesgo al volante varían significativamente en función del género, la procedencia social y el tipo de formación cultural, al igual que el tipo de movilidad social. Asimismo, la inmersión en el coche, las percepciones, el tipo de toma

de decisiones que se realizan, al igual que los beneficios percibidos del riesgo que se tienen varían notablemente dependiendo de si somos conductores o copilotos.

Por ello, y frente a las campañas generalistas, creemos que el diseño y el desarrollo de campañas de sensibilización deben incluir las diferencias socioculturales que median los distintos posicionamientos y formas de vivir y utilizar el coche por parte de los distintos grupos de jóvenes. A su vez, el diferente impacto de la cultura de la automovilidad y de la comunicación, su penetración y difusión entre los distintos grupos de jóvenes en función de su educación, procedencia social, género e incluso grupo étnico de origen, ponen de evidencia que no podemos llegar a todos

los jóvenes ni con los mismos mensajes ni con los mismos formatos o modalidades comunicativas.

Por último, no debemos olvidar que estas conclusiones se relacionan con un estudio piloto que se ha realizado en un marco delimitado por un calendario y un presupuesto concreto. Los resultados que se presentan en este informe corresponden a un número limitado de perfiles por lo que es necesario continuar con la labor de identificar el mayor número de perfiles posibles y de mejorar la herramienta de autoevaluación. Pero teniendo en cuenta que este modelo es una estrategia de investigación que puede ofrecer un mayor nivel de eficacia en las campañas de sensibilización.



ANEXOS

Anexo 1: Ficha sociodemográfica, contenido y codificación

Modelo de Preguntas: Ficha Sociodemográfica

Nombre/ seudónimo/alias: _____ Código Postal: _____
Email: _____

1. Edad:

- 18-23 años (1)
 24 años o más (2)

2. Género:

- Hombre (1)
 Mujer (2)

3. Estudios, concluidos o en curso:

- Primarios (1)
 Secundarios (2)
 Superiores (3)

4. Situación Profesional:

- Paro/contratos eventuales (0)
 Contrato indefinido (1)
 Joven profesional cualificado, empresario (2)

5. Estudios de la Madre:

- Primarios (1)
 Secundarios (2)
 Superiores (3)

6. Estudios del Padre:

- Primarios (1)
 Secundarios (2)
 Superiores (3)

7. Profesión de la Madre, independiente de que esté en paro o inactiva:

- No ha desempeñado trabajo profesional (0)
 Asalariado, pequeño autónomo (1)
 Autónomo mediano, pequeño empresario, profesional cualificado (2)
 Empresario mediano, ejecutivo (3)
 Gran empresario, directivo (4)

8. Profesión del Padre, independiente de que esté en paro o inactivo:

- No ha desempeñado trabajo profesional (0)
 Asalariado, pequeño autónomo (1)
 Autónomo mediano, pequeño empresario, profesional cualificado (2)
 Empresario mediano, ejecutivo (3)
 Gran empresario, directivo (4)

*Atributos para la codificación, programación y definición de los perfiles.

i) Edad (E) se define directamente con los atributos de la Pregunta 1.

18-23 años: 1
24 años o más: 2

ii) Género (G) se define directamente con la Pregunta 2 de la Ficha.

Hombre: 1
Mujer: 2

iii) Capital Económico (CE) se define por la suma de los atributos en las Preguntas 4, 7 y 8. El resultado de la suma lleva al siguiente orden de escala:

CE Bajo: 0, 1.
CE Medio-Bajo: 2, 3.
CE Medio: 4, 5, 6.
CE Medio-Alto: 7, 8.
CE Alto: 9, 10.

iv) Capital Cultural (CC) definido por la suma de los atributos en las Preguntas 5 y 6. El resultado de la suma lleva la escala siguiente:

CC Bajo: 2.
CC Medio-Bajo: 3.
CC Medio: 4, 5.
CC Medio-Alto/Alto: 6.

(los grupos de capital cultural medio-alto y alto están unidos porque las preguntas no contemplan estudios posteriores a la formación superior.)

v) Clase Social Ascendente (ASC) definida a partir de los atributos de las Preguntas 3, 5 y 6 (Pr3, Pr5 y Pr6), donde:

$Pr5 \geq Pr6$ Y $\frac{Pr3 \geq (Pr5+Pr6)}{2}$

Anexo 2: Batería motivacional: preguntas, códigos y feedbacks

FV (Frecuencia Velocidad)

¿Con qué frecuencia circulas a más velocidad de la conveniente?

1. nunca
2. casi nunca
3. alguna vez
4. bastantes veces

FD (Frecuencia Distracción)

¿Con qué frecuencia realizas otras conductas mientras conduces (móvil, fumar, hablar con los pasajeros) que pueden distraerte?

1. nunca
2. casi nunca
3. alguna vez
4. bastantes veces

FA (Frecuencia Alcohol)

¿Con qué frecuencia conduces después de haber bebido alcohol?

1. nunca
2. casi nunca
3. alguna vez
4. bastantes veces

PR (Percepción de Riesgo)

¿En general qué riesgo o probabilidad piensas que tienen estas conductas de provocar un accidente?

1. No tienen ningún riesgo
2. Tienen algún riesgo
3. Tienen bastante riesgo
4. Tienen mucho riesgo

PI (Percepción de Incentivo)

¿Tomadas en su conjunto, qué ventajas o satisfacciones te dan estas conductas?

1. No tienen ninguna ventaja
2. Tienen alguna ventaja
3. Tienen bastantes ventajas
4. Tienen muchas ventajas

NS (Norma Social)

¿Con qué frecuencia piensas que realizan otros conductores estas conductas?

1. No lo hace casi nadie
2. Lo hace alguna gente
3. Lo hace bastante gente
4. Lo hace la mayoría de la gente

EC (Estadio del Cambio)

Señala la frase que mejor refleja tu situación en lo referente a alguna de estas conductas.

1. No pienso en cambiar
2. A veces pienso en cambiar
3. Estoy decidido a cambiar
4. Estoy cambiando

FEEDBACK A

Tu riesgo de tener un accidente es:

$$RA = (FV+FD+FA) \times (PI+NS) / PR$$

0,5-6	RIESGO BAJO
6-23	RIESGO MEDIO
24-48	RIESGO ALTO
48-96	RIESGO MUY ALTO

Para reducirlo deberías revisar si es correcta tu manera de percibir:

(Si PI>1)

Las ventajas que tiene

- (Si FV>1) ir más deprisa de la cuenta,
- (Si FD>1) no concentrarse en la conducción,
- (Si FA>1) conducir después de beber un par de copas

(Si NS>1)

Lo normal que tú ves

- (Si FV>1) ir más deprisa de la cuenta,
- (Si FD>1) no concentrarse en la conducción,
- (Si FA>1) conducir después de beber un par de copas

(PR<4)

Lo que tú piensas sobre lo arriesgado que es

- (Si FV>1) ir más deprisa de la cuenta,
- (Si FD>1) no concentrarse en la conducción,
- (Si FA>1) conducir después de beber un par de copas

FEEDBACK B

(EC=1)

Aunque no suelas pensar en ello, los accidentes ocurren. Lo que ves en la TV o en los periódicos te puede pasar a ti. Quizás no te ha pasado nunca a ti, o a un amigo, pero si preguntas a alguien cercano seguro que si conocen a alguien que ha destrozado su vida (Si FV>1) por ir más deprisa de la cuenta, (Si FD>1) por no concentrarse en la conducción, (Si FA>1) por conducir después de beber un par de copas. En el futuro el que no seas tú uno de ellos depende de ti. (EC=1)

(EC=2)

Haces bien en pensar que puedes conducir de una manera mas segura. Todos debemos hacerlo. Siempre hay momentos al volante en que podemos evitar algún comportamiento que aumente la probabilidad de un accidente: (Si FV>1) ir más deprisa de la cuenta, (Si FD>1) no concentrarse en la conducción, conducir después de beber un par de copas. Que pienses en ello indica que eres una persona que se preocupa por su propio bienestar y el de los demás. Si empiezas a cambiar ya, puede ser que nunca sepas la desgracia que evitaste, pero si no lo haces, podrías saber lo que tuviste que cambiar y no lo hiciste toda la vida. Si vives para ello, claro.

(EC=3)

Animo. Cambiar no es fácil. Nos comportamos como lo hacemos al volante por costumbre y a veces la conducta a cambiar es un hábito de hace tiempo. Pero tu puedes hacerlo. Eres consciente de que es necesario. De que hay gente que te aprecia y que incluso depende de ti el que los pongas en riesgo de un accidente. (Si FV>1) No vayas más deprisa de la cuenta, (Si FD>1) concéntrate en la conducción, (Si FA>1) no conduzcas después de beber.

(EC=4)

Has hecho bien. Entre todos estamos haciendo una circulación vial más segura. Te estás ahorrando una pasta en multas, o en problemas, o quizás en sufrimiento. Seguro que ya te lo han dicho. Adelante. Y ya que estás, ¿por qué no intentar (Si FV>1) no ir más deprisa de la cuenta?, (Si FD>1) por no concentrarse en la conducción,? (Si FA>1) no conducir después de beber?

Anexo 3: Batería sociocultural: preguntas, tipos ideales y feedbacks

Pregunta 1 (Sensaciones en el coche): *El coche no es sólo un medio de transporte. Son muchos los valores y las emociones asociadas al mismo. De las siguientes afirmaciones elige con la que más te identificas:*

- Dime cómo conduces y te diré quién eres (<curritos>, <acopladas>, <nuevos ricos-as>).
- El coche es uno de los sitios donde mejor y más seguro-a me siento, mi refugio personal (<ascendentes>, <precarios>).
- Lo mejor del coche es conducir seguro, pero rápido, y sentir la emoción de la velocidad (<curritos>, <precarios>).
- La conducción me relaja, me permite escuchar música, ir de tranqui, hablar con mis colegas (<ascendentes>, <acopladas>, <calificados>).
- La principal sensación que me da el coche es la libertad de movimiento, ir a mi bola (<calificados>, <nuevos ricos-as>).

Pregunta 2 (Estrategias de Reactivación): *Con las prisas y el estrés de hoy en día muchas veces sentimos que el cansancio se apodera de nosotros, pero no podemos parar porque vamos pillados de tiempo. ¿Qué haces si te ves en una situación parecida? Elige la frase con la que más te identificas:*

- Abriría las ventanillas, mascaría chicle, pondría música para despejarme (<ascendentes>, <curritos>, <acopladas>).
- Intentaría hacer un esfuerzo mental para reanimarme (<ascendentes>, <precarios>, <calificados>).
- Intentaría aumentar un poco la velocidad para estar más alerta (<curritos>, <nuevos ricos-as>).

Pregunta 3 (Atribución a causas de siniestralidad): *Indica si estás muy de acuerdo o poco de acuerdo con la siguiente frase:¹⁶*

- El estrés, la prisa, la falta de civismo y educación son las principales causas de los accidentes en carretera. La distracción personal también influye algunas veces. Cuando pitan me pregunto si ha sido mi culpa o la de los otros (<ascendentes>).
- La velocidad en sí no es mala si se sabe conducir. Lo que mata es pisarle para llegar a tiempo a todo. La prudencia de algunas mujeres y personas mayores, junto con los niños y los piques son igualmente peligrosos. Por eso cuando pitan intento ver qué es lo que han hecho mal los otros conductores, o paso (<curritos>).

- El problema es que las administraciones no se ocupan de que las carreteras estén en buen estado, ni de controlar quién anda en la carretera, como las personas mayores, personas que conducen sin carné o los niños que van como locos. Cuando conduzco yo suelo ir con cuidado y si oigo que pitan no suele ser por mi culpa (<acopladas>).
- El coche y la cultura del beber son males irreparables en nuestro país y de difícil solución. Con los jóvenes funcionarían medidas que mostraran con claridad la imposibilidad de ir de fiesta y conducir, que dejaran claro que o bien eliges comodidad o eliges pasártelo bien. También serían eficaces controles de alcoholemia y radares más estrictos en las zonas de bares. Cuando llevo el coche y pitan me pregunto si ha sido por mi culpa o la de otros (<precarios>).
- En la carretera o en la ciudad un coche equivale a una persona, a una vida, pero a los cafres por mucho que se les diga les da lo mismo. Sólo se cambia con experiencias y madurando, cuando empiezas a tener una vida un poco más organizada y dejas ya de ir como una moto. Ahora, cuando un coche pita me pregunto si ha sido por mi culpa o la de otros (<calificados>).
- Limitar la velocidad a la que pueden ir los coches no sería muy acertado porque a veces te puede sacar de un apuro. El problema se encuentra en las prisas y las infraestructuras, en los mayores, en algunas mujeres y en los niños que les gusta fardar. Otra de las principales razones es la inutilidad de la formación vial en las autoescuelas. Cuando un coche pita tiendo a pensar que la culpa es de otros conductores o paso (<nuevos ricos-as>).

Pregunta 4 (Responsabilidad y cultura del esfuerzo): *Indica si estás muy de acuerdo o poco de acuerdo con la siguiente frase:*

- Cuidar de tu coche y de tu forma de conducir es cuidar de ti mismo y de los demás. Algunos niños y niñas no saben lo que cuesta un coche porque se lo compran sus padres y no les importa ponerlo en riesgo. Tampoco les importa poner en riesgo a los demás y a ellos mismos (<ascendentes>, <curritos>).
- No sabemos lo importante que es nuestro móvil o nuestro coche hasta que, por cualquier circunstancia, no podemos utilizarlos. Una distracción o un mal gesto pueden dejar tu coche o el de otra gente fuera de juego en la carretera. Es importante tener respeto por los demás (<acopladas>).
- Vuestras familias y vosotros/as mismos/as dais por sentado un mínimo de respeto y educación en cualquier faceta y ámbito de la vida, aunque a veces se os pueda ir la pinza o desparramar. Incluso en esas ocasiones de descontrol habéis aprendido alguna que otra cosa. Por eso sabéis que la fiesta es la fiesta, y que por mucho que creas controlar o te digan que controlan, la fiesta y el coche no se llevan bien (<precarios>).

¹⁶ Las preguntas 3, 4 y 5 se presentan al participante solo con la afirmativa referente a su tipo ideal asignado en ficha sociodemográfica para que responda si está muy de acuerdo o poco de acuerdo. Son así preguntas de escala en que no se les da las opciones concernientes a los otros tipos ideales que no sea aquél de participante.

- Es probable que en algún momento hayamos ido como motos por la vida, algo aceleradotes. En esos momentos todos hemos aprendido con alguna que otra metedura de pata, o al ver asomar las orejas al lobo. La movida es que tú ahora no quieres que nadie decida por ti, ni sucumbir a la presión de ningún colega o cafre cuando les llevas o te llevan a casa después de una juerga (<calificados>).
- Normalmente no nos damos cuenta de lo que nos cuesta mantener el coche y prescindir de él hasta que no tenemos que llevarlo al mecánico. No permitas que por un despiste o una tontería la carretera te saque un duro más, o te deje sin coche y tirado, a ti y a tu ritmo de vida (<nuevos ricos-as>).

Pregunta 5 (Estrategias de Sensibilización¹⁷): Indica si estás muy de acuerdo o poco de acuerdo con la siguiente frase:

- La mejor estrategia de sensibilización sería la educación vial desde temprana edad y mejorar la formación y las prácticas del examen para el carné. También sería útil que además de la sanción económica y la retirada de puntos pongan penas más severas, que no todo el castigo sea económico (<ascendentes>).
- La mejor estrategia de sensibilización es la que te afecta fuertemente al bolsillo y la de los controles informales de alcoholemia, pero también la que te hace ver que no puedes fallarle a tu familia y a tu gente, porque confían en ti. Otras estrategias que podrían ser útiles son las que te exponen ante tu barrio o tu pueblo como un mal o vergüenza social, como un criminal al volante (<curritos>).
- Las estrategias para la prevención de accidentes tendrían que ir encaminadas a la mejora de las infraestructuras, a un mayor control de a quién se le da el carné (niñatos, malas conductoras) o a quién se le renueva o reconoce (personas mayores, inmigrantes). Lo más adecuado sería también que las multas y la retirada de puntos se ejecutaran inmediatamente. Eso es lo que más duele (<acopladas>).
- Las estrategias para la prevención de accidentes pasan por medidas de cero alcohol para conducir e instalación de cajas-negras en los coches para registrar velocidad y localización. Otras posibilidades pasan por campañas de prevención para los jóvenes que lancen el mensaje “fiesta y coche, incompatibles” en lugar de “si bebes no conduzcas” o “no podemos conducir por ti” (<precarios>).
- Las estrategias para la prevención de accidentes para los jóvenes pasan por madurar, aunque sea incluso por medio de malas experiencias, de haber tenido algún susto. Lo ideal es llegar a tener las cosas claras y estilos de vida más organizados y tranquilos, aunque siempre existe la posibilidad de que algunos sigan siendo inconscientes al volante pase lo que pase (<calificados>).
- La mejor estrategia de sensibilización es la que te afecta fuertemente al bolsillo (multas, puntos, retirada de carné) y la mejora de las infraestructuras. También sería muy útil

el cambio en la limitación de velocidad en los sitios donde se puede correr sin peligro (<nuevos ricos-as>).

Pregunta 6 (Nivel de Inmersión): Hay ocasiones en las que perdemos la noción del tiempo y no recordamos del todo cómo hemos hecho parte de un trayecto. Eso ocurre porque hemos conducido sin ser realmente conscientes de lo que estábamos haciendo. En esas ocasiones ocurren muchos accidentes. Elige la frase con la que más te identificas.

- Conducir de manera automática puede ser la causa de un accidente y uno de los principales motivos para perder la autonomía y la seguridad que me da el coche (<ascendentes>, <curritos>).
- Intentaría evitar esta situación para no tener un accidente. No hay necesidad de que la carretera y el coche me quiten un duro más, o de que me tachen, sin razón, de tener una conducta temeraria (<curritos>, <nuevos ricos-as>).
- Es uno de los principales motivos que me harían perder la confianza que ya tengo en el coche y en mi forma de conducir (<acopladas>, <precarios>).
- Aunque me siento bien en el coche, intento evitar estas situaciones. Además, me podrían costar un disgusto, o tener que gastar un dinero que puede que quiera destinarlo en otras cosas, e incluso en mejorar el coche (<precarios>, <calificados>, <nuevos ricos-as>).
- A veces le llaman exceso de confianza, aunque en realidad es una pérdida de control en la que el coche y la carretera pueden acabar decidiendo por mí. Intentaría evitarla (<precarios>, <calificados>).

Pregunta 7 (Percepción del riesgo como acompañante): A veces vamos solos en el coche, en otras ocasiones con gente. Algunas personas sienten la conducción de manera distinta cuando están al volante y cuando van de pasajero-a. Seguro que alguna vez has ido con alguien cuya manera de conducir te inquieta. En caso de ser una persona que conoces, ¿con qué acción te sientes más identificado-a?:

- Siento como si estuviera conduciendo, incluso muevo los pies como si pudiera pisar el freno, como si pudiera hacer que el coche fuera más despacio. Pasado un cierto límite le digo a la persona amablemente que no apure tanto y si no cesa le pido que no estoy por la labor de seguir en el coche, que me bajo. (<ascendentes>, <precarios>).
- No espero ni lo más mínimo para decir que pare, que voy por mi cuenta (<curritos>, <precarios>, <calificados>).
- Intento ser sutil y amable para que conduzca con más prudencia, diciendo que me estoy mareando o que me duele la cabeza, porque hay mucha gente que no admite las críticas (<acopladas>).

¹⁷En los casos de empate en la asignación final de tipos ideales después de las siete preguntas de la batería sociocultural, se presenta la pregunta 5 como pregunta 8 de manera abierta con todas las opciones de respuestas para que haya el desempate y así una asignación final. Estos casos de empate son bastante raros, pero matemáticamente pueden ocurrir.

ANEXOS

- Por respeto no digo nada, porque es su coche. Eso sí, intento en lo posible no volver a montar con esa persona (<acopladas>, <cualificados>).
- Le suelto alguna gracia como chaval, echa el freno o el flipe pa` la play... para ver si la persona relaja un poco. Aún así cada cual va como quiere en su coche y debo respetarlo, aunque no me guste. Si me monto ya sé a lo que me atengo (<curritos>, <nuevos ricos-as>).

Feedback <ascendentes>:

“El coche es muy importante porque os permite tener autonomía e independencia para ir a estudiar, a trabajar o salir de fiesta.

Os sentís tan seguros/as en el coche que muchas veces no os dais cuenta de que estáis conduciendo. Es necesario tener cuidado en estas ocasiones.

Os distraéis demasiado con la música, la radio o el móvil, y a veces prestáis poca atención a la carretera.

Sois respetuosos/as con los demás y cuando conducís pensáis en lo que puede ocurrir y os ponéis en el lugar del otro/a.

Os parece muy importante que en las autoescuelas enseñaran a afrontar situaciones de riesgo para tener mayor seguridad.

Si vais con alguien preferís conducir vosotros/as, porque os da mayor confianza. Sois capaces de pedir que os dejen bajar de un coche si os parece que quien conduce lo hace de manera temeraria o ha bebido. Preferís no arriesgaros.”

Feedback <curritos>:

“Os gusta sentir la emoción de la velocidad y os sentís demasiado seguros en el coche, lo que hace que bajéis la guardia.

Os importa demasiado la imagen que dais a través del coche y vuestra manera de conducir y esto a veces os lleva a cometer imprudencias para fardar (piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.).

No pensáis que ir a mucha velocidad es un problema, si se sabe conducir bien, por eso corréis el riesgo de no percibir el peligro de ir demasiado deprisa.

Ante el aburrimiento soléis darle demasiado al acelerador para activaros.

Sin embargo, sois conscientes de la importancia de ser responsables al volante por las consecuencias que ello podría tener. Esto es muy positivo.

Evitáis poner en riesgo a las personas que van con vosotros en el coche cuando conducís y estáis de acuerdo en que haya medidas de sensibilización, como los controles informativos de alcoholemia, poder volver en autobús desde las discotecas, o el sistema de turnos.

Pero cuando vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no siempre le pedís de forma tajante que conduzca con cuidado, por lo que corréis el riesgo de encontraros en situaciones peligrosas.”

Feedback <acopladas>:

“Conducir os gusta, os relaja y soléis ser prudentes porque sabéis que de eso depende la vida de otras personas.

Pero a veces conducir puede ser una forma de desahogo después de un mal día y en esas ocasiones no tenéis puestos los cinco sentidos en la carretera. Es necesario tener cuidado en estos momentos.

También os mostráis prudentes cuando salís de fiesta, por lo que evitáis coger el coche si habéis bebido.

Sin embargo cuando vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no os soléis bajar del coche ni le pedís de forma tajante que conduzca con cuidado, por lo que corréis el riesgo de encontraros en situaciones peligrosas.”

Feedback <precarios>:

“Conducir os resulta divertido, os permite ahorrar tiempo, y por qué no decirlo, también fardar un poco (piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.), lo que a veces os lleva a cometer imprudencias.

También soléis usar el coche para evadiros por lo que sin daros cuenta os ponéis enseguida a más de 120, sobre todo si tenéis un buen coche en el que no se nota la velocidad.

Os cuesta mucho dejar el coche en casa si vais de juerga, aunque os parezca que es lo más prudente y adecuado, por lo que asumís riesgos.

Sin embargo si vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no os importa decirle de forma tajante que conduzca con cuidado para no encontraros con situaciones peligrosas.”

Feedback <cualificados>:

“Os sentís a gusto en el coche porque os permite tener control sobre vuestro tiempo y vuestra vida.

ANEXOS

Ya ha pasado la época en la que queríais fardar con el coche (piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.), y no os importa usar el transporte público si es posible. Ahora ya tenéis “más cabeza”.

Soléis ser prudentes porque sabéis que de eso depende la vida de otras personas.

No permitís que nadie juegue con vuestra vida, por lo que soléis rechazar la idea de subir a un coche si quien conduce no está en condiciones para hacerlo.”

Feedback <nuevos ricos-as>:

“Os gusta la libertad de movimiento que os da el coche para poder ir a vuestra bola.

Os importa demasiado la imagen que dais a través del coche y vuestra manera de conducir, y esto a veces os lleva a cometer imprudencias para fardar (piques, ir demasiado deprisa, derrapar en las curvas, etc.) “

No pensáis que ir a mucha velocidad es un problema, si se sabe conducir bien, por eso corréis el riesgo de no percibir el peligro de ir demasiado deprisa.

Ante el aburrimiento soléis darle demasiado al acelerador para activaros.

Sin embargo, sois conscientes de la importancia de ser responsables al volante por las consecuencias que ello podría tener. Esto es muy positivo.

Evitáis poner en riesgo a las personas que van con vosotros/as en el coche cuando conducís.

Pero cuando vais con algún amigo/a que conduce de forma temeraria o ha bebido no siempre le pedís de forma tajante que conduzca con cuidado, por lo que corréis el riesgo de encontraros en situaciones peligrosas.”



BIBLIOGRAFÍA

Böhm, S., Jones C., Land, Ch. y Paterson, M.: “Impossibilities of automobility”, en S. Böhm, C. Jones, Ch. Land y M. Paterson (eds.) *Against automobility*, Blackwell, Oxford, 2006, 3-16.

Bull, M.: “Soundscapes of the car: a critical ethnography of automobile habitation”, *Theory, Culture and Society*, 21, pp243-59, 2004.

Delgado, M.: *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del ‘modelo Barcelona’*, La Catarata, Madrid, 2007.

Del Pozo, J., Pérez, L. y Ferreras, M.: *Adiciones y Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Perspectivas de su uso para la prevención y el tratamiento*. Gobierno de la Rioja, Consejería de Salud, Dirección General de Salud Pública y Consumo, Servicio de Drogo-dependencias. 2009. http://www.riojasalud.es/ficheros/libro_drojet.pdf

Dery, M.: “‘Always crashing in the same car’: a head-on collision with technosphere”, en S. Böhm, C. Jones, Ch. Land y M. Paterson (eds.) *Against automobility*, Blackwell, Oxford, 2006, 223-239.

DGT: *La principales cifras de la siniestralidad vial en España 2007*, DGT, Madrid, 2008a.

_____ *Anuario estadístico de accidentes 2007*, DGT, Madrid, 2008b.

_____ *Accidentes de Tráfico en Zona Urbana en España 2007*, DGT, Madrid, 2008c.

_____ *Accidentes de Tráfico en Carreteras en España 2007*, DGT, Madrid, 2008d.

_____ *Informe anual de siniestralidad vial 2007*. DGT, Madrid, 2008e.

_____ *Accidentes mortales en carretera*, año 2009. DGT, Madrid, 2010

Domínguez, M.: *La astucia del automóvil, globalización, dominio y muerte*. Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, 2006. en <
<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=1116&llengua=es> >

Estevan, A.: “Los accidentes de tráfico: una matanza calculada”, en <
<http://habitat.aq.upm.es/boletin/n19/aaest2.html> >, 2001.

Farapi (Consultoría de Antropología Aplicada): *Siniestralidad Vial, velocidad y masculinidad. Incidencia de la masculinidad en la conducción temeraria*. Diputación Foral de Gipuzkoa, 2007a.

_____ *Atascos de tráfico, una visión antropológica. Factores personales en el uso y abuso del vehículo privado*. Diputación Foral de Gipuzkoa, 2007b.

Foucault, M.: *La arqueología del saber*, Siglo XXI, México. 1970.

_____ *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, Siglo XXI, Madrid, 1996 [1975].

_____ *El Orden del Discurso*, Tusquets, Barcelona, 1980.

_____ “La gubernamentalidad”, en J. Varela *Espacios de poder*, La Piqueta, Madrid, 1991, 9-26.

Galán, L.: “Educar al ‘Homo automovilis’”, *El País*, 24 de octubre, 2004.

Gordo López, A. J. y Cleminson, R. M.: *Techno-Sexual landscapes: changing relations between technology and sexuality*, Londres, Free Association Books, 2004.

Gordo López, A. J.: “De los chats al messenger: tecnologías de comunicación emocional”, en F. García Selgas y C. Romero Bachiller (eds.) *El doble filo de la navaja: violencia y representación*, Madrid, Trotta, 2006, 189-208.

Heiber, R., Moral, B., Pecharromán, B., Gordo, A. : “Siniestralidad vial y subjetivación: el coche en la gestión global de la vida y la muerte.” En Igor Sádaba and Ángel J. Gordo López (eds.) *Cultura Digital y Movimientos Sociales*. Madrid: La Catarata. 2009.

INTRAS: *La edad, factor clave en los accidentes de tráfico*. INTRAS- Universidad de Valencia, Valencia, 2005.

Kulowski, J.: *Crash Injuries: The Integrated Medical Aspects of Automobile Injuries and Deaths*, Charles C. Thomas, Springfield, IL, 1960.

Miller, D. (ed.): *Car Cultures*, Berg Publishers, Oxford / Nueva York, 2001.

Montoro, A. *Los conductores, a examen. El deterioro de los conocimientos de los conductores con el paso del tiempo en normativa, señalización y seguridad vial*, INTRAS, Valencia, 2009.

Muñoz Medina, M. M^a: *La seguridad vial, una responsabilidad compartida*, Estrasa, Madrid, 2007.

Negri, A. y Hardt, M.: *Imperio*, Paidós, Barcelona, 2002.

Pecheux, M.: *Language, semantics and ideology: stating the obvious*. MacMillan, Londres. 1982.

RACE: *Informe sobre la siniestralidad vial de conductores extranjeros en España 2005-2008*. Race, Madrid, 2009.

Sánchez-Martín, F. *Actitudes sociales frente al riesgo vial en Europa: resultados de la muestra española SARTRE3*. DGT, Madrid, 2005.

SARTRE3: *European Drivers and Road Risk*, INTRETS, París, 2004.

Selgas, F.: “Epistemología Cyborg: de la representación a la articulación”. En *Cultura Digital y Movimientos Sociales*, Sádaba, I. y Gordo, A. (Coord). Catarata, Madrid, 2008.

BIBLIOGRAFÍA

Sheller, M.: "Automotive emotions: feeling the car", *Theory, Culture and Society*, 21(4/5), 2004, 221-242.

Strayer, D. L., et al. *A comparison of the cell phone driver and the drunk driver*. *Human Factors*, 48, 381-391.2006.

Urry, J.: "The system of automobility", en *Theory, Culture and Society*, 21(4/5), 2004, 25-39.

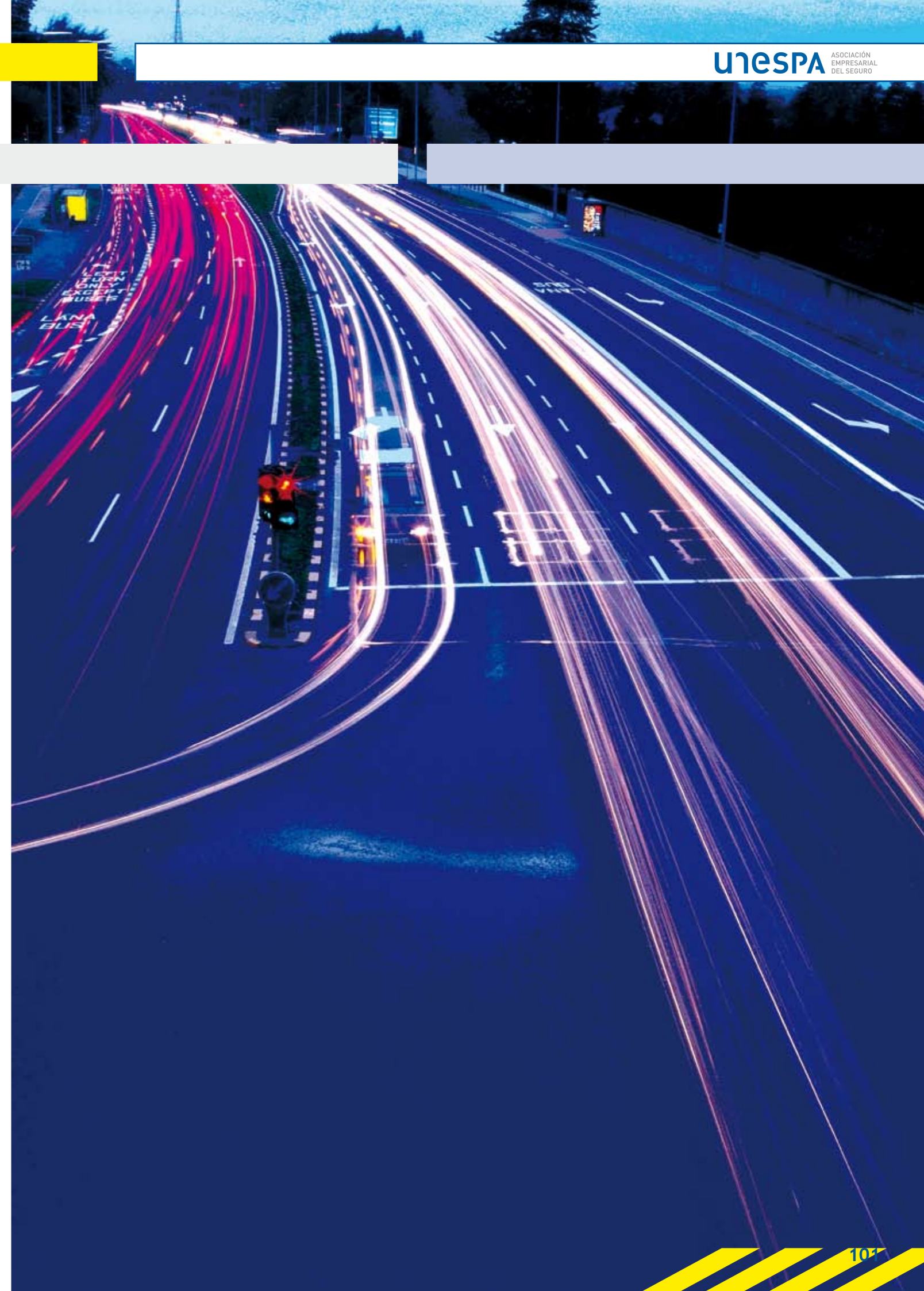
____ "Inhabiting the Car", Department of Sociology, Lancaster University, Lancaster, en < <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Urry-Inhabiting-the-Car.pdf> >, 2002.

____ *Sociology Beyond Societies*, Routledge, Londres, 2000.

Weber, M.: *Ensayos sobre metodología sociológica*. Amorrortu, Buenos Aires. 1997.

Whitelegg, J.: *Critical Mass*, Pluto, Londres, 1997.

WHO: *Global status report on road safety: time for action*. *World Health Organization Publications*, Ginebra, 2009. (www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2009).



un.espa ASOCIACIÓN
EMPRESARIAL
DEL SEGURO

Núñez de Balboa, 101
28006 Madrid

