

ANUNCIOS Y **DISTRACCIÓN** AL VOLANTE

Se estima que en aproximadamente un 30% de los accidentes de tráfico aparece como factor concurrente la distracción al volante. Evitar determinadas situaciones como conducir en situaciones de fatiga, de falta de sueño, bajo los efectos de alcohol y/o tóxicos, o hablar por teléfono contribuye a reducir las distracciones.

Juan Carlos GONZÁLEZ LUQUE, DGT
Elena VALDÉS RODRÍGUEZ, DGT
F. J. ÁLVAREZ GONZÁLEZ,
Universidad de Valladolid

Un reciente estudio publicado en Accidents Analysis and Prevention y realizado por investigadores de la Universidad de Nottingham en el

Reino Unido ha analizado el papel de los anuncios en relación a la atención y distracción mientras se conduce.

Sabemos que, en situaciones de baja demanda de atención, dedicamos parte de ésta a observar o mirar distintos objetos mientras conducimos. Se estima que dependiendo de las circunstancias del tráfico, tipo de carretera, meteorología, etc., entre un 20% y un 50% del tiempo la atención se dirige hacia aspectos no directamente relacionados con la conducción (como ver el paisaje), al mismo tiempo que se busca, procesa y analiza la información sobre potenciales factores de riesgo (como un peatón que se acerca al paso de cebra, o un coche se incorpora a la calzada...) El conocimiento de esta realidad se tiene en cuenta al diseñar las señales de tráfico, de ofrecer información al conductor así como al realizar el diseño y decidir el emplazamiento de los anuncios publicitarios, tanto en carretera como en ciudad.

La cuestión objeto de controversia, y clave para la seguridad vial, es conocer si esos anuncios publicitarios captan más tiempo del debido la atención de los conductores y, en definitiva acaban provocando su distracción, reduciendo el rendimiento psicomotor e incluso contribuyendo a la producción de colisiones. En este sentido, existen pocos estu-

dios que hayan analizado el papel de los anuncios en carretera y ciudad y su relación con las distracciones con el riesgo de colisión. El estudio mencionado y otros previos admiten la no existencia de dicho riesgo y, en base a esos conocimientos, se han ido elaborando una serie de normas encaminadas a evitar el



"SITUAR UN ANUNCIO EN EL RECORRIDO DE UNA CURVA ES POTENCIALMENTE MÁS PELIGROSO QUE HACERLO EN EL SENTIDO DE LA CIRCULACIÓN EN UN TRAMO RECTO"

emplazamiento de publicidad en lugares inadecuados. Por ejemplo, situar un anuncio en el recorrido de una curva es potencialmente más peligroso que hacerlo en el sentido de la circulación en un tramo recto. Si al anuncio y a la ubicación inadecuada del mismo, se le añaden otros factores que requieran un aumento transitorio de la atención y/o algún otro factor de riesgo como velocidad inadecuada o aumento de la densidad de tráfico, la situación puede complicarse y facilitar la colisión.

Aún cuando la norma sobre publicidad en las carreteras españolas solventa una gran parte del problema planteado, desde esta sección de Salud Vial queremos hacer hincapié en algunos aspectos encaminados a reducir las distracciones al volante, ya que intervenir sobre los 'factores' que atraen nuestra atención, como los anuncios, es más complejo.

En primer lugar es fundamental evitar la fatiga al volante. El conductor debe descansar cada 2 horas, y esto es independiente del recorrido que haya realizado, ya sean 200 km. o 20 a causa de un atasco. Las personas mayores y en condiciones meteorológicas adversas deben descansar cada menos tiempo.

La fatigabilidad está relacionada con situaciones de privación de sueño, no haber dormido lo suficiente o mala calidad del sueño, o con circunstancias en las que existe una mayor somnolencia/sedación; por ello, debe evitarse conducir bajo los efectos del alcohol y otros tóxicos, así como bajo el efecto de medicamentos sedantes (hipnóticos, tranquilizantes, ansiolíticos).

La conducción adecuada a la velocidad, a la vía, las condiciones del tráfico y/o a las condiciones meteorológicas permite responder mejor a las demandas de atención.

Simultanear la conducción con una conversación con teléfono móvil supone una situación clara de riesgo.

No hemos de olvidar otros factores como la temperatura adecuada en el interior del vehículo, ambiente tranquilo, y todo aquello que favorezca nuestras posibilidades de permanecer concentrados en la compleja tarea de la conducción. ♦