



REO núm: 1040
Data: 24/01/2023

Posttest qualitatiu de la campanya del SCT “A la carretera tot depèn de tu” 2022

Informe de resultats



servei català de

Trànsit

**Estudi posttest sobre la campanya
"A la carretera, tot depèn de tu!"**
Informe de resultats

27 de desembre de 2022
Ref. 12.4389

Per encàrrec de:



servei català de

Trànsit

ÍNDEX



Presentació, objectius i metodologia



Percepció de l'accidentalitat a la carretera



Record de campanyes viàries



Valoració de la falca de ràdio



Valoració de la càpsula 1

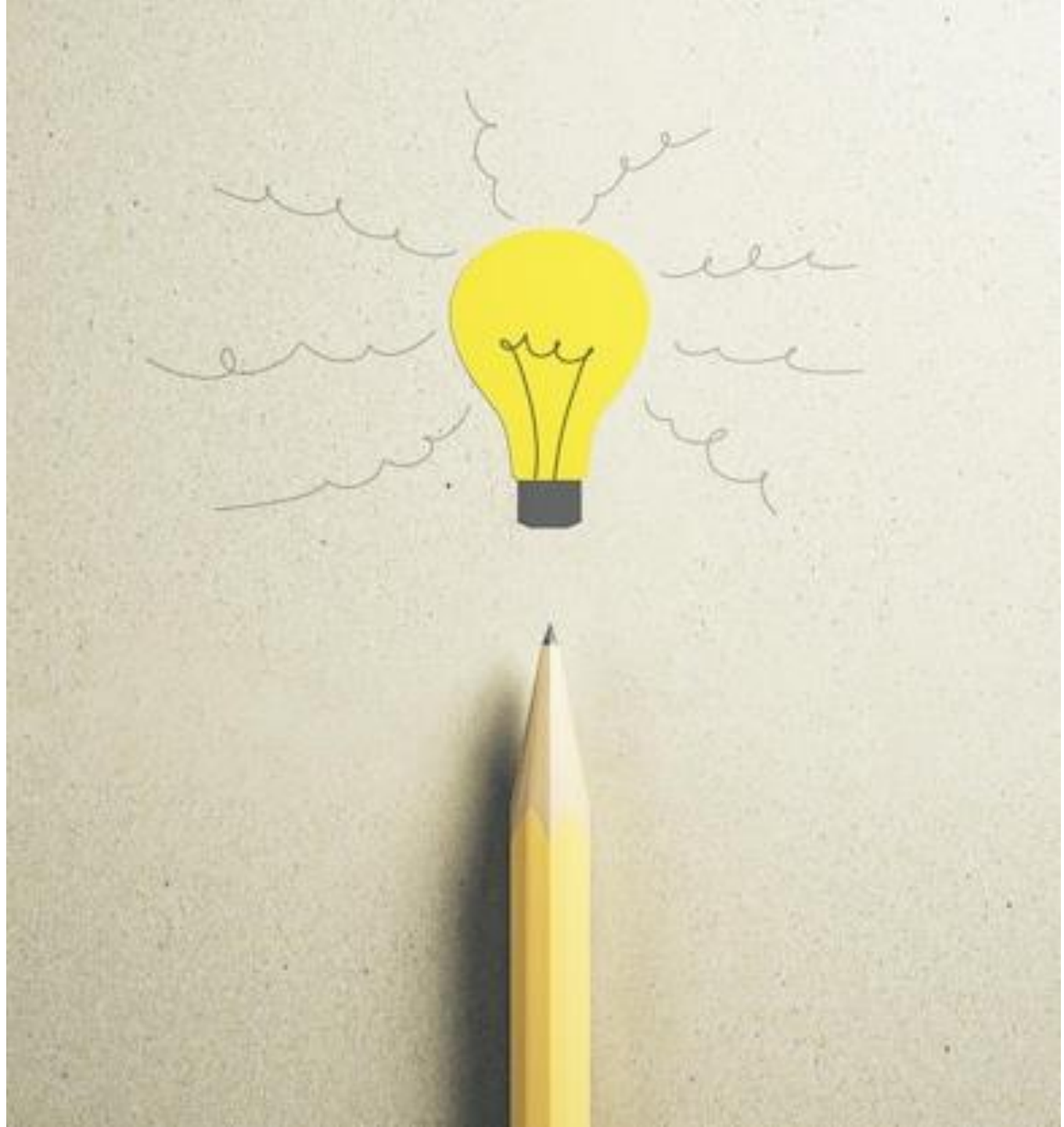


Valoració de la càpsula 2 i 3



Valoració global

1. Presentació,
objectius
i metodologia



1. PRESENTACIÓ, OBJECTIUS I METODOLOGIA

1.1. PRESENTACIÓ I OBJECTIUS

- El Servei Català de Trànsit (SCT) ha promogut la realització d'un estudi posttest per tal de conèixer l'eficàcia de la campanya "A la carretera, tot depèn de tu!". És a dir, saber si ha funcionat o si caldria canviar-ne alguna aspecte, de contingut o forma, de cara a futures campanyes.
- Així doncs, amb aquest estudi es pretén mesurar:
 - El coneixement de la campanya.
 - El grau de penetració en la societat.
 - Comprendre, entre d'altres factors, el perquè dels resultats i entendre els elements més rellevants que influeixen en el record i comprensió de la comunicació.
 - Identificar les modificacions i aprenentatges a tenir en compte en futures campanyes.
- En aquest context, el Servei Català de Trànsit ha sol·licitat a D'EP Institut, empresa amb una llarga trajectòria en l'àmbit de la recerca social aplicada, l'estudi posttest qualitatiu sobre la campanya "A la carretera, tot depèn de tu!" que es presenta a continuació.

1. PRESENTACIÓ, OBJECTIUS I METODOLOGIA

1.2. METODOLOGIA

- Per portar a terme l'estudi qualitatiu posttest s'ha realitzat **1 grup de discussió** amb les principals característiques tècniques que s'assenyalen a continuació:

Data: 19 de desembre de 2022.

Format: presencial.

Lloc de realització: Barcelona.

Durada: 2 hores.

Perfil:

- Conductors/es habituals de cotxe fora de Barcelona ciutat (3 o més cops a la setmana).
- Gènere: 4 homes i 4 dones.
- Edat: entre 18 i 70 anys (1 de menys de 25 anys, 2 de 26 a 39 anys, 3 de 40 a 59 anys i 2 de 60 o més anys).
- 2 conductors professionals (1 home i 1 dona).
- Territori: 5 persones de l'AMB, 1 persona de Girona, 1 de Tarragona i 1 de Lleida (que hi resideixen o que hi van habitualment: hi treballen, tenen segona residència, família...).

Línia de punts: es pot consultar a l'annex del present informe.

1. PRESENTACIÓ, OBJECTIUS I METODOLOGIA

1.3. LA CAMPANYA

- L'objectiu de la campanya "A la carretera, tot depèn de tu!" és conscienciar a la ciutadania dels perills de circular a peu per la carretera.
- La campanya "A la carretera, tot depèn de tu!" s'ha difós exclusivament per xarxes socials (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube i Spotyfy) i ràdio (Rac1, Rac105, Flaix FM i Flaixbac).

Campanya "Tot depèn de tu"

Campanya online del Servei Català de Trànsit que té per objectiu conscienciar la ciutadania dels perills de circular a peu per la carretera (any 2022). Repassa d'una manera desenfadada els principals consells que cal tenir en compte per no córrer riscos si hem de circular a peu per la carretera o si ens hem d'aturar i baixar del vehicle.



Visualitza ... Comparteix

Mira a YouTube

a la carretera, tot depèn de tu!

El Servei Català de Trànsit (SCT) engega una campanya a les xarxes socials amb l'objectiu de conscienciar a la ciutadania dels perills de circular a peu per la carretera. Davant de l'increment de vianants atropellats a la xarxa viària interurbana, que suposen ja el 30% de les víctimes vulnerables mortes per accident de trànsit, l'SCT posa en marxa aquesta campanya per neutralitzar l'augment de la sinistralitat d'aquest col·lectiu.

A través de la cançó 'Tot depèn de tu', aquesta campanya online repassa de forma desenfadada els principals consells que cal tenir en compte per no córrer riscos si has de circular a peu per la carretera o si has d'aturar-te i baixar del vehicle.

La idea central del vídeo és que un personatge fictici i omniscient va apareixent en moments de perill i corregeix les imprudències i errors que cometen els protagonistes a la carretera. D'aquesta manera, la cançó va repassant els diferents missatges de seguretat que cal tenir en compte quan una persona camina per la carretera, una circumstància d'extremada vulnerabilitat per al vianant, atès que qualsevol col·lisió amb un vehicle pot ser potencialment mortal.

Els consells van dirigits tant als vianants que caminen per la carretera (no travessar, espai per on circular, armilla reflectant, no anar distret o amb auriculars, etc) com per conductors que per alguna avaria o incidència baixen del vehicle (aturar-se fora de la calçada, senyalitzar, sortir amb cautela i per la part segura, armilla reflectant, etc).

La campanya consta de quatre peces de diferent duració que es difondran pels canals de Youtube i Twitter del Servei Català de Trànsit durant tot l'estiu i la resta de l'any.

Font: transit.gencat.cat

2. Percepció de l'accidentalitat a la carretera



2. PERCEPCIÓ DE L'ACCIDENTALITAT A LA CARRETERA



1

En general, no es té consciència dels perills de circular a peu per la carretera així com del risc pels vianants de ser atropellats en un accident de trànsit.

Segons la vostra experiència, quines son les principals causes dels accidents a la carretera (fora de ciutat)?

- El factor humà, com el cansament o el mòbil:

"El que em fa més por és el telèfon perquè veig moltíssima gent" [H 26-39 anys]

"La gent arranca abans de mirar" [H 26-39 anys]

- Els mals conductors:

"La gente (...) no hace servir los intermitentes, los adelantamientos son fatales, las rotondas no saben como hacerlas... y los motoristas ya no te cuento como van" [D 61-70 anys]

- No respectar les normes de circulació:

"S'ha de conduir per la dreta i adelantar per l'esquerra i tothom va per l'esquerra. Tu ves per la dreta i deixa que els demás... si volem córrer... ja ens posaran la multa" [D 61-70 anys]

- L'estat de les carreteres:

"Segons quines carreteres, l'estat de la carretera, per exemple la C17 és una merda de carretera. I si no s'ha creuat amb cap porc senglar, que n'hi ha uns quants..." [H 26-39 anys -prof]

- La presència d'animals a la via.

"Els animals deslligats, sobretot amb la moto" [H 26-39 anys -prof]

2. PERCEPCIÓ DE L'ACCIDENTALITAT A LA CARRETERA



Segons la vostra experiència, quines son les principals causes dels accidents a la carretera (fora de ciutat)?

- Les deficiències en les infraestructures i l'accés de trànsit.

"Hay un tramo del A2, desde Martorell hasta pasado San Vicente, que es increíble las colas que se hacen cada mañana (...)" [D 40-59 anys -prof]

"Sí, las infraestructuras están desfasadas" [H 26-39 anys -prof]

"Hi ha un problema a les carreteres que... a la C17, que jo agafo, passen de 4 carrils a 2. Com vols que no hi hagi embussos?" [H 18-24 anys]

"Hi ha massa zones conflictives de tràfic a les hores més punta. Aquestes hores cada vegada es van dilatant més, cada vegada és més temps el què estàs... ja no saps com jugar. Hi ha moltes més hores de tensió. Això fa que qui arriba tard... per molt aviat que hakis sortit... ja no tens temps de reacció.... aquests nervis fa que com usuaris improvisem. Improvisem anar pel carril que no toca, avançar quan no toca, colar-te a la fila que hauries estat fent caravana... la gent s'enfada moltíssim. Hi ha moltíssima tensió" [D 40-59 anys]

- Els factors climatològics:

"El problema que jo em trobo és que les carreteres no estan preparades per exemple si plou o si neva. No tenim ben preparades les carreteres. A altres països les carreteres son més grans i més cuidades" [H 26-39 anys -prof]

"Els camions... fan algunes imprudències (...), son grans, el trontoll que fan... i penses aquí quatre gotes i l'estabilitat és dubtosa" [D 40-59 anys]

2. PERCEPCIÓ DE L'ACCIDENTALITAT A LA CARRETERA



Segons la vostra experiència, quines son les principals causes dels accidents a la carretera (fora de ciutat)?

- I la convivència amb patinets i ciclistes:

"Patinets sense xaleco, sense llums..." [H 26-39 anys]

"Les bicis igual (...)" [D 61-70 anys]

"Yo prácticamente todo el día estoy conduciendo (...). De conductores hay de todo ¿no?... pero es que los ciclistas hay algunos muy buenos y otros también de muy malos. Se ponen de una manera muy agresiva, demasiado para mi gusto. Claro, tú también tienes tu trabajo, tú tienes unos tiempos, tú también tienes que plegar... ellos están en ese momento haciendo un ocio (...) entonces no ven la labor que tu estas haciendo. Pero luego ves que ellos se saltan semáforos, se saltan rotondas enteras... en mi pueblo atropellaron 4 ciclistas un autobús porque no los ves..." [D 40-59 anys -prof]

"No los ves (ciclistes), el ángulo muerto es muy grande" [H 26-39 anys -prof]

2. PERCEPCIÓ DE L'ACCIDENTALITAT A LA CARRETERA



2

Alhora, es reconeix tenir un gran desconeixement de com actuar davant d'un accident. És en aquest supòsit que es menciona, per primer cop i de forma espontània, el risc de ser atropellat en un accident de trànsit.

Ho gestionem bé quan hi ha accidents?

"Molta gent no sap omplir un parte" [H 26-39 anys -prof]

"Que es parin al mig de la carretera [quan tenen l'accident]" [H 18-24 anys]

"Els curiosos [quan hi ha hagut un accident]" [D 40-59 anys]

"Les persones que socorreixen a altres persones. Aquestes persones son víctimes d'ajudar a la persona que està malament. Jo he vist com han atropellat a persones així, d'ajudar a les altres persones que han tingut un accident, això també és un perill perquè la gent no para. Això també és un perill" [D 40-59 anys -prof]

3. Record de campanyes viàries



3. RECORD DE CAMPANYES VIÀRIES



3

Les campanyes de prevenció o sensibilització viària més recordades son les de la DGT, especialment les basades en històries de vida impactants.

Quines campanyes de prevenció o sensibilització viària recordeu haver vist o escoltat els últims dos anys?

- Les de la DGT son les campanyes més recordades i es considera que aconsegueixen un alt impacte:

"Sí, los de la DGT".

"La DGT fa uns anuncis molt bons, impactants" [D 40-59 anys -prof]

"Sí, impactants, que criden l'atenció" [H 26-39 anys]

- També es mencionen algunes campanyes concretes de la mateixa DGT:

"L'altre dia vaig veure un anunci que sortia... sí, el de la DGT, que era un quadre familiar: el pare, la mare, el fill i la filla i després la mateixa foto sense la figura del pare" [D 40-59 anys]

"La de que: 'que se ponga el cinturón el niño' 'no, es un momento' y el pare conduint i 'pam' en el moment el nen ja no hi era. Era de la DGT"

"Recordo una que trucaven a l'àvia per telèfon i li donaven la notícia [d'un accident de moto del nano que l'anava a veure]. També de la DGT"[H 26-39 anys]

"Si bebes no conduzcas" [diversos]

3. RECORD DE CAMPANYES VIÀRIES



Quines campanyes de prevenció o sensibilització viària recordeu haver vist o escoltat els últims dos anys?

- I es recorda alguna campanya realitzada en l'àmbit català:

"Un nano amb cadira de rodes que explicava un canvi de vida... [D 40-59 anys] "Sí, que va tenir un accident de moto, que explicava ells... que es va saltar no sé quants semàfors... era una història real. Diria que aquest era de Tv3, no sé si per alguna Marató" [H 26-39 anys -prof]

"De ciclistes. (...) per la tele algun cop" [H 18-24 anys]

- També s'assenyala una campanya concreta, difosa a través de les xarxes socials, que genera cert interès entre els participants al grup:

"I un altre que em surt bastant per les reds socials. Un vídeo que van fer uns conductors de camions o d'autobús que es fiquen en una bici d' spinning i els passa un camió pel costat, enganxat, i diuen: Osti esto se siente. I és el que a vegades ens passa a nosaltres si ens passen els cotxes rossant (...) i des del cotxe no et dones compte" [H 18-24 anys]

"Això (...) en algun país ho feien fer a tots els conductors de camions perquè experimentessin la sensació que té el ciclista (...)" [D 40-59 anys]

3. RECORD DE CAMPANYES VIÀRIES



4

Els panells informatius de les carreteres poden ser un espai amb gran potencial per a fer arribar missatges de forma ràpida i senzilla als i les conductores, son mencionats de forma unànime per part dels participants.

Quines campanyes de prevenció o sensibilització viària recordeu haver vist o escoltat els últims dos anys?

- Els panells informatius de les carreteres mostren missatges que els i les conductores recorden amb el temps:

"Lo que ponen por las Rondas, como te da tanto tiempo..." [D 61-70 anys]

"Si conduces no mires el móvil" [diversos]

"Hoy han muerto..."

"Aquest any portem tants morts i tants ferits..."

"Els motoristes..."

3. RECORD DE CAMPANYES VIÀRIES



5

En general es recorden les campanyes més dures si bé alguns participants assenyalen, de forma espontània, la virtut de les que intenten recórrer a missatges més positius.

Quines campanyes de prevenció o sensibilització viària recordeu haver vist o escoltat els últims dos anys?

"A les carreteres de França, allà posen cotxes estampats (sinistres) i el posen [a la carretera] perquè vegis com ha quedat. Perquè veus realment la pinya que et pots donar"
[H 26-39 anys -prof]

"Fa molts anys hi havia un programa de TV que es deia la Segunda oportunidad que refeien accidents (...) que xocava un cotxe contra no sé què... rebobinaven aquell accident i miraven què es podia haver fet. Era... generava un descans... no és només la mort... era com et pots comportar una mica millor perquè això no et passi" [D 40-59 anys]

3. RECORD DE CAMPANYES VIÀRIES



6

Es dona una gran importància a treballar la prevenció i sensibilització viària amb infants i adolescents, a través de l'escola i campanyes específiques.

Què us sembla,
que son més
necessàries
campanyes més
dures o menys?

"Jo el que faria és que el cole, a partir dels 12 anys, una assignatura de seguretat vial" [H 18-24 anys]

"Quan era petit hi havia uns dibuixos que eren com els doomies que t'explicava... yo he sobrevivido por que tal... però tu no sobrevivirías. Era de la 2. Eren de 5 minuts, com el Pingu... i això no s'ha tornat a fer" [H 26-39 anys -prof]

"De fet n'hi ha, com unes nocions bàsiques per les escoles... però [caldría] maxacar una mica més" [D 40-59 anys]

"Les escoles ho fan [ara] i altres iniciatives com el Saló de la Infància... Però es poc..." [D 40-59 anys]

"A Estats Unitats és una assignatura, i a Andorra també" [H 26-39 anys -prof]

3. RECORD DE CAMPANYES VIÀRIES



7

Instagram és la xarxa més utilitzada, seguida de Twitter, Facebook i TikTok.

La majoria dels i les conductores son oients de ràdio, sobretot al cotxe i alguns també a casa.

Les emissores més escoltades: RockFM, EuropaFM, MelodiaFM, KissFM, Catalunya Informació, cadenes musicals, FlaixFM, Rac 1 i Spotyfy.

"La radio es tu amiga [en el coche]"[D 40-59 anys -prof]

Alguns participants assenyalen que no miren la TV.

4. Valoració
de la falca
de ràdio



ON AIR

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO



8

No hi ha el record d'haver sentit la falca de ràdio de la campanya "A la carretera, tot depèn de tu!" si bé es reconeix el Servei Català de Trànsit com a agent que actua en l'àmbit viari.

Algú de vosaltres havia sentit aquesta falca? I el SCT?

"Aquesta no l'havia sentit però el Servei Català del Trànsit sí. Nosaltres mirem molt el SCT per els accidents i tot això, tenim una aplicació nostra, que és el radar de la nostra empresa que és el SCT". [D 40-59 anys -prof]

"De les notícies: 'Passem amb el SCT' o a les notícies et diuen l'estat de la carretera, l'estat del trànsit..." [H 26-39 anys -prof]

"A Twitter [segueixo el SCT] perquè hi ha una accident a tal lloc, o estàs parat i dius què ha passat..." [H 18-24 anys]

Us sona alguna campanya del SCT?

"Potser la que ha dit... o potser era de la Mataró" [H 26-39 anys -prof]

"Millor que arribis i coses així ho he sentit a vegades..." [H 26-39 anys]

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO



9 A la falca de ràdio, la música pren tanta força que treu protagonisme al missatge.

Alguna cosa us
ha cridat
especialment
l'atenció?

"Bajaría un poquito la música" [D 40-59 anys -prof]

"Sí, és molt fluixeta la veu. Se sent millor la de la campanya de l'envàs on vas" [H 26-39 anys -prof]

*"Penso que el missatge que ens dona és molt serio i la cançó és molt happy, no et posa en el paper"
[D 40-59 anys]*

"És perquè arribi a tothom perquè si te'l posen molt seriosament potser ja és de dol...que t'estàs morint" [D 61-70 anys]

"M'ha costat d'entendre, la melodia sí que deia algo però m'ha costat..." [H 26-39 anys]

"Una música més adequada pel missatge" [D 40-59 anys]

"Si està distret no t'enteres del què diu...et passa el missatge" [D 40-59 anys]

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO

10

I sense el context de la campanya, pràcticament no es recorda l'eslògan de la peça publicitària.

Recordeu el missatge?

"No sé què depèn de tu" [D 61-70 anys]

"Arribar depèn de tu?" [D 61-70 anys i altres...]

"La música deia algo més, enviava un missatge... no m'ha quedat molt clar..." [H 26-39 anys]

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO

11

No obstant, la repetició de la falca dota de major sentit al missatge, especialment la musicalitat afavoreix el seu record.



[Després de tornar a sentir la falca] Recordeu el missatge?

"Amb quatre consells tot serà més segur" [H 26-39 anys]

"A la carretera depèn de tu" [D 40-59 anys -prof]

"El missatge és depèn de tu" [D 40-59 anys]

"Et quedes més amb la primera part, abans de què cantin, que no quan comença la cançó perquè diu el mateix però amb un to més seriós i sense tan moviment acústic" [H 26-39 anys -prof]

"Si aquest anunci surt molt, està bé perquè te l'acabes... [posant el cap]. Però si l'escoltes un cop no te'n recordes, l'has d'escoltar tres, quatre cops... perquè llavors ja la comences a cantar... la típica cançó que se't posa el cap" [H 26-39 anys]

"Sí... el cantes... amb quatre consells..." [H 26-39 anys]

"Sí, l'estribillo" [H 26-39 anys -prof]

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO

12

Tot i que el missatge s'entén entra en certa contradicció amb la idea que tenen els conductors i conductores de què no tot depèn d'ells i que les campanyes (en general) tendeixen a culpabilitzar-los.



Què creieu que està explicant?

"Conscienciar a la gent, que està a les nostres mans. Tu pots fer que tot funcioni... o no... perquè a vegades ja no és qüestió teva... però, Bueno, si estem més atents, i més conseqüents al volant, tot pot anar més bé. Sobre tot més tranquil·litat, les presses no són bones" [D 40-59 anys]

"Convida a ser prudent" [H 61-70 anys]

"Sí, mirar, mirar..." [H 26-39 anys]

"Tots és això, tots els anuncis són [iguals]"

"[Les campanyes – en general] Sempre t'ho posen per conscienciar a la gent... sempre som els últims els culpables de tot, els que hem de posar sempre els esforços per arreglar-ho i de vegades no és així. Quan tens tants inputs de que tu ets el culpable de tot, arriba un moment que dius [a pasturar]" [D 61-70 anys]

"Exacte... [Les campanyes – en general] sempre és tu porque bebes, tu porque tal" [H 26-39 anys]

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO

13

Si bé s'admet que les campanyes més impactants son les que utilitzen imatges i missatges més durs també s'assenyala que hi ha un cert cansament de què s'utilitzi aquest recurs i, per tant, es creu que aquest tipus de publicitat va deixant de tenir l'efecte que va generar inicialment.



"Potser els anuncis que feien abans... t'arribaven més... perquè eren més seriosos, t'impacte més i dices... 'ostia que me la juego de verdad'. Aquest 'buenos si... presta atención...' i tal però no... potser fa més... és més dur... o més consciència els testimonis (...)" [H 26-39 anys -prof].

Us sembla diferent als altres anuncis de trànsit?

"Jo en aquesta falca hi veig un canvi. Com usuaris estem acostumats a que ens matxaquin amb missatges sanguinaris (accidents, guerres...) i arriba a un punt que no ens ho mirem. Ho veiem però realment no ens entra... perquè diria que estem saturats, o que nosaltres no hi podem fer res... hi ha moltes raons... però no reaccionem (...). Jo veig que amb aquesta falca, la intenció potser es tornar a posar en nosaltres la responsabilitat de quan sortim: ens posem en un volant... que pot ser una falta de vehicle, de bici, de patinet, pot ser de tot..." [D 40-59 anys]

"Yo considero un poco como ella, nos ponen imágenes que nos impactan, pero ahora parece que la gente ya como... ya como que todo le da un poco igual... que, que, vean una imagen de estas.... ya como no la pongan a ritmo de reggaetón ya no le hacen ni caso" [D 40-59 anys -prof].

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO



Us sembla diferent als altres anuncis de trànsit?

"Jo el què crec és que potser les campanyes s'haurien de fer més com diu ella [D 40-59 anys], com es fa en el Japó (...). Les campanyes de trànsit en comptes de fer-te-les així dures te les fa un nino que es diu 'Ampaman', semblant al Pingu. O els nens mateixos fan seguretat vial (...). La senyalització son ninos de manga (...) i et fixes més, no és la típica senyal (...). Cada dues hores surt un anunci de l'Ampaman acompanyant els nens" [H 26-39 anys -prof]

"És com quan estàs a casa i vas buscant un canal i passen els nens de l'Àfrica... i dius.. ui canvies..." [D 40-59 anys]

"Ya es lo mismo. Sí, ya lo he visto..." [H 26-39 anys -prof]

4. VALORACIÓ DE LA FALCA DE RÀDIO

14

En aquest sentit, s'associa el missatge i el to utilitzat com una forma més 'actual' d'arribar a la ciutadania.

Us sembla diferent als altres anuncis de trànsit?

"Jo de la falca anava a dir que la tendència és de buscar coses curtes, et fiquen un vídeo que dura 3 minuts i no te'l mires, et fiquen un vídeo de 15 segons i sí que te'l mires, i amb 15 segons no pots ficar una conscienciació de 'este tiene un accidente ha acabado en coma, despues esto y lo otro...'. Aquest anunci va en aquest camí d'algo ràpid, amb vidilla, i que et paris a escoltar-lo perquè si et fiquen una història super trista a lo millor ja passes...perquè l'has escoltat tants cops..." [H 18-24 anys]

"I una música que enganxa que també fa fixar-t'hi una mica més, perquè si t'enganxa la música després prestes més atenció que si és una música que no et diu res" [D 61-70 anys]

5. Valoració de la càpsula 1



5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1

15

No hi ha el record d'haver vist l'anunci de la càpsula 1 de la campanya "A la carretera, tot depèn de tu!".

Algú de
vosaltres havia
sentit aquest
anunci?

"És el mateix que l'àudio, no?" [H 26-39 anys]

"Deu ser molt nou això, no?" [H 61-70 anys]

"És prova pilot?" [D 40-59 anys]

5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1

16

Els principals missatges que es destaquen de la càpsula 1 son: el perill de circular a peu, mirar al travessar, caminar al sentit contrari dels cotxes i posar-se l'armilla fluorescent. I l'eslògan, globalment, es recorda.

Què us
suggereix? Què
està explicant?

"Bueno que ja no només és perillós el que condueix amb el telèfon sinó el que circula a peu amb el telèfon, tant o més perillós" [D 40-59 anys]

"En els passos de zebra la gent no mira" [diversos]

"Potser haurien d'haver ficat més imatge de caminar per darrera dels 'quitamiedos' perquè surt molt ràpid. Hi ha una imatge molt fugaç caminant darrera la barrera, fica algú que si hi ha barrera vagi caminant darrera perquè potser t'estalvia un bon cop. (...) Si hi ha barrera fica't darrera" [H 26-39 anys -prof]

"I després a qui ho fan bé perquè va de cara el cotxe (...) molta gent no està conscienciada que tens que anar de cara el cotxe, perquè tu veus venir el cotxe" [H 26-39 anys -prof]

"Hi ha molta gent que ho fa el revés" [H 26-39 anys]

"Aquest és el tema perquè a mi no m'ha quedat mai clar" [D 40-59 anys]

"Tens que anar com el vídeo" [H 26-39 anys]

"I de nit amb l'armilla fluorescent perquè hi ha molta gent que de nit... que no els veus" [H 26-39 anys -prof]

"Tot depèn de tu" [H 26-39 anys]

5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1

17

Tanmateix, hi ha alguns elements de la campanya que no s'acaben d'entendre, especialment la figura del personatge fictici (el senyor gran) i alguna contradicció que es detecta entre el missatge i les imatges (caminar pel mig de la carretera).

Què us suggereix? Què està explicant?

"El que no entenc molt bé és l'avi aquest rollo Kentucky. Per què surt aquest avi? Per cridar a l'acció? Els que estan a la carretera cantant d'acord però l'avi..."

"Suposo perquè prenguis atenció... no diu res..." [D 61-70 anys]

"Per què parlem de l'avi? O per arribar a avi?" [D 40-59 anys]

"No li ha tret el mòbil mentre caminava?" [D 40-59 anys]

"¿La sabiduria del abuelo?" [H 26-39 anys]

"L'àngel de la guardia?" [D 40-59 anys]

"Diu 'circula per la dreta' i van caminant pel mig de la carretera" [H 18-24 anys]

"Te la contraposició que van per la carretera, però van amb l'armilla" [H 26-39 anys -prof]

"Sí, però van pel mig. Posa'ls a un costat, darrera la línia, cantant" [D 61-70 anys/H 18-24 anys]

5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1



18

La posada en escena (els quatre personatges, tot i no ser reconeguts, cantant a la vegada) i la música son els aspectes que més agraden.

Algun aspecte que us hagi agradat?

"Los cuatro cantando a la misma vez (...)" [D 40-59 anys -prof]

"I anant amb l'armilla" [H 26-39 anys -prof]

"Aquí queda millor [la música]" [en general]

" [La música] Té molt més sentit [que a la falca]" [En general]

"Et crida l'atenció i ho mires i a part està escrit el missatge i ho vas llegint" [H 18-24 anys]

"Cala més, prestes més atenció, interioritzes més" [H 26-39 anys -prof]

Coneixeu els protagonistes de la campanya?

"A mi em sona un però no sé de què... l'home gras però no sé de què, no sé si de TV3, d'algun Polònia..." [H 26-39 anys -prof]

"Sí, el primer, a mi també m'ha sonat" [H 26-39 anys]

"A mi el noi del cabell més negre, del mig" [D 40-59 anys]

5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1

19

Si bé no hi ha unanimitat es valora positivament que s'utilitzi un to més desenfadat per a fer arribar el missatge a la ciutadania.



Us sembla que ajuda a que us arribi el missatge aquest estil/forma de comunicar?

"Enganxa i això és positiu" [H 26-39 anys]

"Te llama la atenció, crida l'atenció moltíssim" (D 40-59 anys -prof]

"És alegre" [D 40-59 anys]

"Surt de la monotonia de lo triste (...)... ya me alegra un poquito... no es deprimente..." [H 26-39 anys -prof]

"Sí, però jo te dic una cosa, aquests anuncis com les pel·lícules de terror que se sent 'tong i 'bum' i aquest nano surt volant i et dic jo que d'aquest anunci ens en recordarem" [D 40-59 anys]

"Però si ha l'has vist una vegada canvies.. i amb la cançó dius va..." [H 26-39 anys -prof]

"Si la cançó té ganxo també és maco" [D 40-59 anys]

"A nivell publicitari crec que hem d'anar alternant diferents formes de transmetre. Trobo molt adequat aquest tipus d'anuncis perquè anem a treballar la consciència de les persones i la por ja la tenim molt treballada, l'hem treballat durant molts anys (...) Això no vol dir que dintre d'un temps no es torni a fer servir però com a alternança, veure una altra forma d'impactar a la gent, és positiva. Crec que aquí tenim un forat que val la pena omplir" [D 40-59 anys]

5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1

20

Tanmateix, hi ha dubtes sobre qui ha de ser el públic objectiu d'aquesta campanya i sobre l'efectivitat d'aquest estil de comunicar, sobretot si va adreçat a infants i adolescents.

Us sembla que ajuda a que us arribi el missatge aquest estil/forma de comunicar?

"Tothom sap que si tens un accident pots morir i en canvi poses un anunci així i t'hi fixes més... En canvi, als nens els has d'impactar" [H 18-24 anys]

"Si li poses això el nen no se'n entera" [H 18-24 anys]

"Crec que als nens els hi enganxa més això que veure alguna cosa macabra (...) li marcarà però no ho voldrà tornar a veure i amb aquesta més alegre se'n recordarà i ho anirà cantant (com la campanya de reciclatge)" [H 26-39 anys -prof]

"Però no entendre el missatge real" [H 18-24 anys]

"Sobre el tema dels adolescents... el tema de la por, els impactes... els entra per aquí i els surt per allà. A nivell de xarxes estan saturadíssims de tot això" [D 40-59 anys]

"Tenim uns videojocs que pots anar atropellant a la gent, el pots matar, disparar el poli... (...) ara els nens es veuen amb el poder de fer el que vulguin amb tot" [D 40-59 anys]

"En el col·legio (...) se trabaja por proyectos. Creo que se tendría que hacer proyectos de educación vial. Faltan vídeos así para el tema de los niños pequeños" [D 40-59 anys -prof]

5. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 1

21

Pel que fa a la càpsula 1, després del segon visionat i d'haver vist les càpsules 2 i 3, se li atorga un major sentit.

Li veieu més sentit?

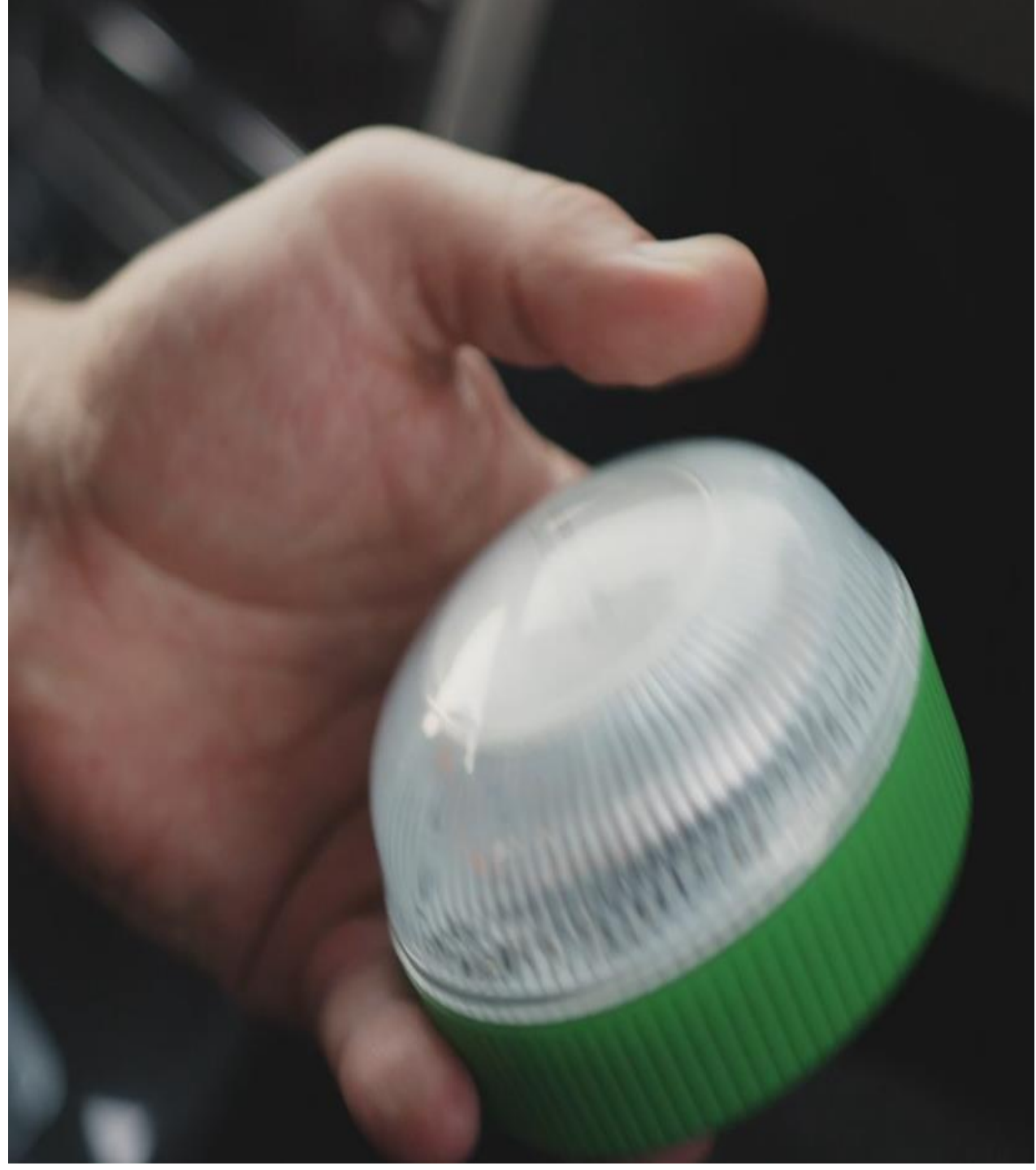
"Sí, és com la part següent" [a les càpsules 2 i 3] [H 26-39 anys -prof]

"El primer fa incís amb el tema del cotxe, apartar-te i tal, i aquest que fer com a peató"

"Cadascun l'enfoca amb un missatge diferent"

"Jo veig la part del vehicle tota sencera i la part peatonal tota sencera" [D 40-59 anys]

6. Valoració de la càpsula 2 i 3



6. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 2 I 3

22

No hi ha el record d'haver vist l'anunci de la càpsula 2 i 3 de la campanya "A la carretera, tot depèn de tu!".

23

En general agrada més la càpsula 3 que la 2, principalment perquè per molts la presentació de la llum d'emergència li dona un component nou, d'aportar una informació que no es coneixia.

Algun aspecte
que us hagi
agradat?

"Potser està millor el segon [càpsula 3] que el primer [càpsula 2], perquè fa lo de la llum, perquè per exemple ara els triangles no es fa servir, ja estan desfasats" [H 26-39 anys -prof]

"Més novedós" [H 61-70 anys]

"Crec que hi ha molt desconeixement, perquè el tema aquest del llum no tothom sap que es pot posar..." [D 40-59 anys]

"I rima més" [H 26-39 anys]

"El primer [càpsula 2] no m'ha dit res" [H 18-24 anys]

6. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 2 I 3

24

Els missatges més recordats, a banda del nou llum d'emergència, son l'aparcar al voral, senyalitzar i vigilar a l'obrir la porta.

Què us
suggereix? Què
creieu que està
explicant?

"Aparcar al voral" [H 26-39 anys -prof]

"Que vigilis quan obris la porta" [D 40-59 anys]

"Luces de posición"

"Els intermitents, marcar-ho bé"

"Si estàs de nit els llums de posició, per recalcar més que ets aquí (...)"

6. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 2 I 3

25

Les persones que han viscut alguna situació de risc, en pròpia persona o a través d'altres son els que se senten més reconeguts per les accions i consells que conté la campanya.

Us heu reconegut en alguna acció?

"Posar-me l'armilla abans de sortir. Me la fico fora..." [H 26-39 anys -prof]

"A mi se m'han matat dos amics per no anar... accidents d'aquests d'anar a socorre o baixar del vehicle i pumba" [D 40-59 anys]

"Yo hace poco socorrí una mujer, que le daba un infarto al corazón delante mío, en un coche. Fíjate yo señalé con los cuatro intermitentes, en un momento, porque la mujer abrió la puerta y se tiró. Yo le hice el boca a boca y le reanimé, le salvé la vida... pero a mí me dieron un golpe por detrás." [D 40-59 anys -prof]

"Si yo llego a salir un poco más antes a mi me atropella por socorrer a la mujer" [D 40-59 anys -prof]

"Potser per les vivències o el que sigui... tinc més el grau de primer fer el pas, protegir... Crec que el que ens faria falta" [D 40-59 anys]

"Yo cuando se me estropea el autobús o el coche de correos... yo me señalo, me pongo el warning... pero en ese momento..." [D 40-59 anys -prof]

6. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 2 I 3

26

Alhora es reconeix que, a vegades, davant de situacions que requereixen ajudar a tercers senten certa desconfiança o prevenció.

Us heu reconegut en alguna acció?

"En esa situación, el no ponerte tu chaleco (...) pero igual que impacto en tu vehículo se te puede llevar a ti por delante y no sólo la señora se queda si atención sino también tu recibes" [D 40-59 anys]

"També volia comentar que hem arribat a un punt d'egoisme en el què hi ha una certa desconfiança generalitzada perquè a vegades hem vist alguna cosa i passes de llarg, per no posar en risc la teva integritat" [D 40-59 anys]

"No saps mai si el que està passant és real o mentida (per exemple robatoris a l'autopista)" [D 61-70 anys]

6. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 2 I 3



27

Pel que fa específicament a la càpsula 2, després del segon visionat, es valora novament com a positiu la musicalitat de la peça.

"A mi m'agrada molt, té ritme" [D 40-59 anys -prof]

"La música enganxa" [H 26-39 anys]

"A mi em sobren els 'xasquidos'" [H 18-24 anys/D 40-59 anys -prof]

"Són el que donen el tempo" [H 26-39 anys -prof]

28

I també s'assenyalen algunes inconsistències en les imatges, per exemple que a l'inici portin l'armilla i al final no, que caminin pel mig de la carretera o l'avís del tablier.

"Crec que hi ha una errada perquè primer porten l'armilla i al final no la porten" [H 26-39 anys -prof – altres d'acord]

"A mi m'agrada, em continua xocant que vagin caminant pel mig de la carretera" [D 40-59 anys]

"L'avís d'alerta... es veu el quadre... hi ha moltes llums... (...) en aquest cas dona confusió" [D 40-59 anys]

"Jo crec que el missatge és que et posis a la vorera, independentment del llum que s'encengui" [D 61-70 anys]

6. VALORACIÓ DE LA CÀPSULA 2 I 3

29

Respecte a la càpsula 3, després del segon visionat, hi ha algun element que continua sense entendre's, com el personatge fictici (senyor gran). En el cas concret, d'aquesta peça també es fa alguna objecció al llenguatge utilitzat.

"Aún no sé que pinta el hombre mayor" [D 40-59 anys -prof]

"Aquest home sembla un cuiner" [D 40-59 anys]

"El burro... no... trobo que no toca... per molt planer que vulgui ser l'anuncia no cal..." [D 40-59 anys]

"No fa falta insultar" [D 61-70 anys]

"És un vocabulari una mica peculiar per exemple calfred..." [D 40-59 anys]

"Jo crec que ho diu en el sentit que no és complicat posar un llum" [H 18-24 anys]

"Jo tampoc ho veig malament" [H 61-70 anys]

"M'ha cridat més l'atenció 'tablier' i 'calfred' que burro" [H 26-39 anys]

"No és un llenguatge col·loquial..." [D 61-70 anys]

7. Valoració global



7. VALORACIÓ GLOBAL

30

Globalment, la campanya visionada sencera i més d'una vegada, millora les seves valoracions.

"La música està ben trobada, però amb imatges" [H 26-39 anys -prof]

"A mi m'agrada molt així. Al principi [falca de ràdio] la veu només, amb la música, no, perquè només s'escolta la música però ara amb el vídeo a mi m'agrada molt i els quatre ho fan molt bé. Posen ganys en fer l'anunci. S'ho creuen" [D 40-59 anys -prof]

"Sí, s'ho creuen [els quatre personatges]" [D 40-59 anys]

"Amb imatges ho interioritzes més" [H 26-39 anys -prof]

"A mi m'ha agradat, la música és pegadiza. La resta, evidentment, tenir cura quan pares, jo crec que és bastant intuïtiu" [D 61-70 anys]

"A mi m'ha anat agradant més, se m'ha anat enganxant més la música. Ara rumiant, dintre dels quatre personatges que surten (...) em faltaria potser la visió d'una criatura i d'una persona amb certa deficiència perquè arrodonís una mica més la campanya" [D 40-59 anys]

"Entenc que hi ha gent que li pot agradar. Quan hi ha música sempre hi ha més possibilitat de que t'arribi. Personalment no em crida la atenció, però entenc que és una opció"

7. VALORACIÓ GLOBAL

31

Es considera que és força transversal, dirigida a tots els públics, tot i que pel perfil dels personatges i pel to hi ha una tendència a assignar-la al públic jove.

"Bastant transversal" "Per tothom" [en general]

"Per joves" [H 26-39 anys -prof]

"Penso que va a tothom perquè els que protagonitzen l'anunci ja defineixen una mica l'edat, a banda del senyor, jo ho percebo així" [D 40-59 anys]

"Jo veig un tarannà més enfocat a gent més jove, per la forma en què estan fent l'anunci. Però que es per tothom, òbviament, perquè si l'entén els nens petits és per tothom". [H 26-39 anys]

7. VALORACIÓ GLOBAL

32

Els consells, base de la campanya, són, en general, recordats: "que caminis pel voral, que et posis l'armilla, els intermitents, llums de posició, llum d'emergència, mirar abans d'obrir la porta o de creuar, el sentit en el que tens de caminar a la carretera, intermitent per parar, auriculars i mòbil, que està a les teves mans, que miris abans de sortir del cotxe -que pots perdre les dents-, caminar en sentit contrari, pel lloc esquerre, deixar els llums de posició si és de nit i els triangles, controlar el tablier, que la llumeta (d'emergència) és molt fàcil de posar... "

"Jo me n'aniré d'aquí conscienciat amb el xaleco, perquè he baixat moltes vegades sense i no sé ni on el porto" [H 26-39 anys]

33

No s'ha trobat a faltar cap gran consell per evitar atropellaments, tot i que sí s'assenyala la importància de deixar separació amb el vianant i la prevenció pel que fa a l'estat del vehicle.

"La separació que tens de deixar amb el peató" [H 26-39 anys -prof]

"La revisió del cotxe, para que no arribis fins al punt aquest..." [D 40-59 anys -prof]

"Mirar per on creues, mirar a banda i banda" [D 61-70 anys]

"Abans de fer qualsevol cosa, la calma" [D 40-59 anys]

"Informació sobre les senyals de trànsit. Per exemple ara hi ha una campanya sobre els senglars" [D 40-59 anys -prof]

7. VALORACIÓ GLOBAL

34

L'eslògan final és perfectament recordat:

"Tot depèn de tu" [Tots]

35

Tot i que, com s'ha assenyalat anteriorment, en general les creences i la cultura més interioritzada és que el principal perill a la carretera són els altres.

"No" [en general]

"50-50"

"Hi ha una cosa que et diuen a l'autoescola (professional): no es lo que tú vas a hacer es lo que los demás hacen. Tienes que tener 20.000 ojos de lo que te van a hacer" [H 26-39 anys -prof]

"A part del que podem aprendre a una autoescola, recordo les paraules del meu pare, que havies sempre de vigilar tres cotxes endavant i tres enrere. I quan vas amb la bici igual." [D 40-59 anys]

7. VALORACIÓ GLOBAL

Aprenentatges per futures campanyes

- ☞ Música que “enganxi” és un factor important.
- ☞ Moderar volum de la música respecte a missatge parlat.
- ☞ Alternar campanyes amb impacte emocional i de conscienciació.
- ☞ Durada curta.
- ☞ Missatge escrit.
- ☞ Utilitzar personatges de perfil heterogeni.
- ☞ Revisar inconsistències entre missatge i imatge (ex.: caminant pel mig de la carretera...).
- ☞ Valorar ús de llenguatge formal-informal, tenint en compte públic objectiu.
- ☞ Definir el públic objectiu.

D'EP Institut
Aragó 631-633
08026 Barcelona

