



Sicurezza uguale conoscenza del rischio

Rimanere inerti di fronte ad un problema così drammatico come quello dei morti sulle strade e bisogna aggiungere anche, forse con ancor maggiore drammaticità, dei feriti con lesioni invalidanti che cambiano la vita non soltanto a chi le subisce, ma anche a tutti i familiari, è impossibile.

Ecco perciò che non possiamo non domandarci che cosa si sta facendo.

Fino ad oggi, con impostazioni che si sono diversificate molto poco, se non per l'intensità e la frequenza dei segnali che si vogliono trasmettere agli utenti della strada, la prevenzione degli incidenti stradali, è passata attraverso due vie: disposizioni di legge con imposizioni di sanzioni più pesanti, cioè una posizione che potremmo definire di "repressione" e spot pubblicitari, cioè una posizione "informativa-comunicativa", ma che in realtà è più correttamente da definire di "approccio psicologico", che per i modi, spesso brutali, assume a volte la connotazione di "aggressione psicologica". Vediamone i limiti, che sono anche i motivi per cui la loro efficacia è stata sicuramente modesta. Nel primo metodo finora applicato e cioè quello più genericamente definito "repressivo", si hanno non solo la repressione vera e propria, cioè le sanzioni, più o meno gravi, più o meno articolate, ma anche le disposizioni normative. La logica è infatti quella di dare certezza delle responsabilità, sia attraverso la definizione di queste responsabilità, con l'apparato normativo e quindi fissando i metodi di comportamento, che sanzionando i comportamenti scorretti. E' ovvio che si tratta di un metodo senz'altro finalizzato a realizzare sicurezza sulla strada, tuttavia questa sicurezza viene affidata esclusivamente al concetto di responsabilità e vedremo come questo sia fortemente riduttivo rispetto alle possibilità. Poiché affidare la sicurezza all'attribuzione delle responsabilità e quindi alla sanzionabilità dei comportamenti responsabili, è proprio quello a cui si ritiene di dover dare una "svolta" nell'ambito della prevenzione degli incidenti stradali, sarà proprio nell'analizzare le caratteristiche di questa svolta che ci si preoccuperà anche di motivare lo scetticismo già palesato rispetto al metodo fin qui adottato.

E' ovvio che l'insegnamento che ne deriva e cioè il corretto comportamento è da riferire ad ogni singolo utente della strada ed allora occorre subito dire che l'equazione tra comportamento di un utente e incidente stradale, non è assolutamente proponibile e fortunatamente l'equazione è errata in entrambe le direzioni: non è vero che il corretto comportamento di uno, possa scongiurare l'incidente, in quanto può esservi il comportamento non corretto di altri, ma fortunatamente non è neppure vero che sempre al comportamento scorretto di uno consegue l'incidente. E' certo che con il comportamento corretto di tutti non vi saranno incidenti, ma si tratta di un'utopia più prossima all'impossibile che alla realtà, mentre invece è la seconda parte del riscontro negativo all'equazione che è molto importante e cioè il fatto che anche in presenza del comportamento scorretto di uno

“

**L'incidente è successo,
è particolarmente
grave, sono
drammatiche le
conseguenze, ma non
mi toccano perché
a me non succede,
perché sto più attento
o perché sono più
bravo**

”

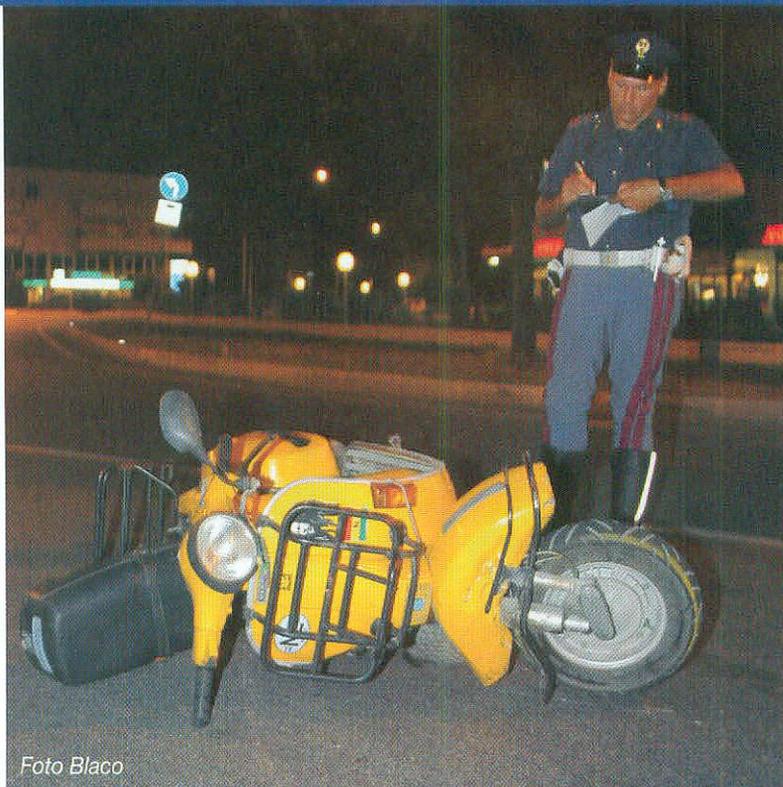


Foto Blaco

l'incidente è evitabile e fortunatamente spesso è evitato. E' su questo aspetto che bisogna lavorare molto, se si vuole ottenere l'abbattimento degli incidenti. L'altro settore nel quale negli ultimi anni si è cercato di fare qualcosa per la prevenzione dell'incidente stradale, è quello della pubblicità e se per quanto attiene l'aspetto sanzionatorio, proposto nel corso degli anni, si è senz'altro dovuto rilevare che l'efficacia non è stata pari alla produzione normativa e soprattutto alle aspettative del legislatore, per quanto riguarda le varie campagne pubblicitarie, non solo si deve affermare che il risultato è stato inferiore alle aspettative, ma si può pacificamente affermare che il risultato è stato sostanzialmente nullo. Si è passati da campagne pubblicitarie focalizzate sul terrore psicologico, mettendo in primo piano immagini cruente, molto drammatiche, a campagne pubblicitarie altrettanto violente, anche verbalmente, che abbinavano l'incidente alla stupidità di chi lo ha causato, a campagne pubblicitarie, negli ultimi tempi, più blande, con immagini tuttavia che richiamano sempre l'aspetto drammatico del morto nell'incidente stradale, per finire a campagne che risultano generici inviti alla prudenza. Perché sono stati tutti inefficaci e addirittura, in certi casi controproducenti? Trascurando quei messaggi pubblicitari che risultano essere un semplice invito alla prudenza e che ormai è stato ampiamente sperimentato avere efficacia molto limitata, per tutti gli altri ci sono due motivi principali di inefficacia o di effetto negativo: comunque tutti questi messaggi e per più motivi diversi, creano, in chi li vede, come prima reazione immediata, quella di ritenere il fatto che viene rappresentato come estraneo, destinato ad accadere ad altri. L'immagine può essere cruda fino alla brutalità, ma rappresenta uno sconosciuto a cui chi guarda l'immagine attribuisce delle responsabilità o delle sfortune che in nessun modo riferirebbe a se stesso. L'incidente è successo, è particolarmente grave, sono drammatiche le conseguenze, ma non mi toccano perché a me non succede, perché

sto più attento o perché sono più bravo, perché sono più fortunato e soprattutto perché quello che è successo non tocca nulla della mia sfera emozionale. Non entriamo nel merito, poi, della errata presa che può avere in quei pochi che ne risultassero, almeno marginalmente, coinvolti: per quale motivo dovrebbero essere "pirla" anche i trasportati di quel veicolo? Del resto, questi spot sono sulla falsa riga dei modi con cui quotidianamente viene dato riscontro degli incidenti stradali: chi causa l'incidente stradale, ma spesso addirittura anche chi ne rimane solo coinvolto, viene identificato come un "delinquente" e questo chiude immediatamente la porta a qualsiasi riscontro in termini di prevenzione. L'unico messaggio della notizia che l'utente percepisce: è successo un incidente perché qualcuno si è comportato come un delinquente. Io non sono un delinquente, quindi a me non interessa; a me non può succedere..... Per concludere questa analisi critica delle modalità con cui si è tentato fino ad oggi di intervenire sulla problematica della prevenzione dell'incidente stradale, non si può che affermare categoricamente l'unico modo per ottenere dei risultati è quello di far sì che la sicurezza diventi un fatto intrinseco dell'individuo, cioè che la prevenzione sia nella testa di tutti, non perché viene dall'esterno, ma perché vi si è ampiamente radicata, attraverso informazione, formazione e cultura specifica. Come si impara a scrivere, a leggere, a far di conto, si può e si deve imparare anche a comportarsi in modo sicuro, che non vuol dire solo comportarsi bene, cioè rispettare le regole, vuol dire comportarsi in modo che comunque il rischio venga ridotto al minimo. Occorre cioè passare dal concetto di responsabilità a quello di rischio. ■

**Presidente ASAIS
Associazione per lo Studio
e l'Analisi degli Incidenti Stradali*