



**SEGUNDA JORNADA NACIONAL DE
PSICOLOGÍA DEL TRANSITO
19 Y 20 DE AGOSTO 2005
SAN JUAN**

CONCLUSIONES

Los días 19 y 20 de Agosto de 2005, se llevaron a cabo en la provincia de San Juan las II Jornadas Nacionales de Psicología del Tránsito, organizadas por el Colegio de Psicólogos de San Juan y convocadas por la Federación de Psicólogos de la República Argentina.

Los objetivos planteados surgieron como continuidad de las I Jornadas realizadas en Rosario- Santa fe en el año 2004.

Se reunieron psicólogos, representantes del gobierno provincial, ingenieros, docentes, policías, periodistas y demás personas interesadas y preocupadas por la seguridad vial.

A las conclusiones que se arribaron fueron las siguientes:

- Se comenzó a instalar en la provincia esta nueva rama de la Psicología.
- Se logró el intercambio entre las distintas disciplinas que trabajan en el tema, favoreciendo el enriquecimiento para brindar mayor claridad sobre las formas de abordajes.
- Se observó la necesidad de generar el compromiso de los psicólogos en esta tarea ya que se considera un campo no explorado que deja un espacio vacío en el que otras disciplinas realizan la tarea que el psicólogo deja vacante.
- Se concluyó que uno de los grupos de mayor riesgo es la población infantil y personas mayores, por lo tanto las políticas de seguridad vial tendrán que tener un específico tratamiento para estos grupos de mayor riesgo.
- Las edades en que resulta ventajoso enseñar las normas de seguridad son las que abarcan los niños de 9 a 10 años.
- Se hace necesario implementar la seguridad vial como una de las curriculas en la educación formal, desde la escuela.
- Los países mas empobrecidos son los que registran el mayor nivel de vulnerabilidad, ya que no se destinan ingresos en la educación y prevención vial.
- Se requiere que las técnicas de evaluación contemplen inteligencia, percepción y personalidad; asimismo es necesario evaluar la potencialidad de la violencia desde la impulsividad.
- Se propone sostener campañas permanentes, pero cambiante en los mensajes, por que dejan de producir efecto, ya que las palabras pierden significado por exceso de uso.

- Se considera que las campañas deberían revalorizar lo positivo, asociado a la vida, como posibilidades y capacidades de recuperar conductas y hábitos de prevención y resguardo en la salud.
- Finalmente, se concluyó que es necesario que haya mayor información sobre cuales son conductas de infracción.