Comunicación eficaz para la seguridad de los trabajadores

La comunicación es esencial para preservar la seguridad de los trabajadores. Estos deben conocer los riesgos a los que se enfrentan, las medidas de prevención que se están adoptando y todo plan de acción de emergencia. Esta información debe proporcionarse en un lenguaje claro y exento de tecnicismos para facilitar su comprensión. ¿Qué elementos de la comunicación se deben conocer y cómo se consigue eficacia en función de la misma?

La comunicación humana siempre es compleja. Puede implicar éxito o fracaso, proximidad o distancia, malos entendidos y supuestos que muchas veces generan ruidos y complican lo que se pretende transmitir o el contacto que se persigue. En el siguiente boletín se plantearán las herramientas necesarias para lograr, mediante la comunicación, beneficios para los trabajadores respecto de la salud y la seguridad en el trabajo.

Es importante considerar que en el ámbito de salud y seguridad laboral, los problemas pueden ser mayores si se consideran algunos factores de orden cultural. Estos están muy presentes en las acciones y procesos de las organizaciones e implican algunos contratiempos que pueden evitarse si se trabaja para mejorar los procesos con la ayuda de la comunicación

En primer término es pertinente señalar que a diferencia de paradigmas anteriores en términos de gestión organizacional, la comunicación se transforma en el nuevo paradigma que atraviesa la compañía y la modifica en mayor o menor medida en competitiva en el marco de un fuerte sentido de pertenencia por parte de los trabajadores que, de acuerdo a los actuales postulados del *management,* son el capital "más preciado" de toda empresa.

Por lo tanto, si la comunicación es la manera de intervenir en la parte fundamental de la organización, las personas, será preciso considerar la misma como una herramienta fundamental.

En las actividades productivas más vulnerables es esencial la utilización de la comunicación. Ello recae en forma directa en el cuidado de la integridad de los trabajadores. El objetivo es reducir al máximo los riesgos laborales presentes, además de incentivar adecuadamente una cultura de la

seguridad que aporte y concientice a los trabajadores respecto del cuidado personal en el desarrollo de sus tareas.

De acuerdo a lo que expresa el Licenciado en psicología Ricardo Sheffick, los conocimientos son fácilmente transmisibles, pero como bien demostraron los investigadores de Palo Alto (Watzlawick, Bavelas, Jackson 1967 *Teoría de la comunicación humana*), los mensajes lingüísticos que comunicaban, los datos objetivos sobre la realidad no presuponían, por sí mismos, que la conducta del receptor se modificaría por ellos. De allí que cobre importancia una campaña publicitaria para comunicar eficazmente. Esta es una acción que tiene por objeto dar a conocer un producto, una idea, un objetivo.

Utilizamos el término campaña que se utiliza mucho en publicidad, esta disciplina ayudará a plantear una comunicación eficaz en la que se cuide la coherencia y el contenido que estará supeditado al *feedback* de su impacto.

Toda campaña tiene cuatro fases sucesivas que implican:

1. Preparación o fase de consenso y planificación de las acciones.

Se planifica con una secuencia lógica de acuerdo a los puntos previamente consensuados con la dirección.

Se asignan las tareas a realizar por cada uno de los participantes (empresa consultores etc.).

Se acuerda el primer *timing* de la campaña (distribución de las acciones a lo largo del tiempo). Incluye desde la fecha de inicio hasta el cierre de la campaña.

Además, se debe evaluar el grado de impacto que deberá tener cada fase de la campaña.

2. Lanzamiento de la campaña.

Es el primer paso de la campaña y en el que se busca la máxima visibilidad. Con las comunicaciones que se realizan en esta fase de la campaña se logra:

En primer lugar, informar del inicio de la fase de implantación del proyecto. En segundo lugar, crear expectativas positivas respecto al futuro y siempre en relación con las mejoras en seguridad.

Las primeras acciones a realizar en el lanzamiento deben considerar si existen urgencias de actuación. Su grado de impacto siempre en coherencia con la necesidad de máxima visibilidad.

3. Desarrollo de la campaña, o realización de las acciones.

Por último el tratamiento de la campaña, o realización de las acciones, es la realización concreta y el paso a paso de cada uno de los elementos planificados con el *timing* adecuado.

Será necesario identificar una serie de acciones y comunicaciones que contribuyen a mantener un nivel de motivación constante.

4. Cierre de campaña.

En el cierre se emite un resumen de los resultados de la misma. Una vez analizados se decide su continuación o si es necesario implementar cambios.

Lo que sí está claro es que estas campañas -a diferencia de lo que la mayoría de las personas piensan- actúan a nivel inconsciente, por lo tanto se producen cambios de conducta.

El problema está en que por más buena que sea una campaña, no actúa igual sobre el total del *target* seleccionado. Toda acción de seguridad laboral debe estar constantemente presente para todos. Pero esa presencia debe poder visualizarse con interés, de allí que la comunicación actúa como una herramienta útil para lograr esa visibilidad en los trabajadores. Vender seguridad no es muy diferente a vender otro tipo de producto, cuando se inicia un proceso de instalar una cultura de seguridad es necesario considerar este punto.

Finalmente se deben cuidar todas las acciones y comunicaciones para que no se observen mensajes paradójicos que desestimarían los mejores esfuerzos.

Cómo Organizar un Plan de Comunicación eficaz

Un funcionario de seguridad usa aproximadamente el 75 por ciento de su tiempo comunicándose de diferentes maneras.

Para plantear una comunicación eficaz es fundamental considerar algunos puntos:

- Partir de la esencia misma de la comunicación que implica compartir, establecer una comunión con el otro, en el marco de la organización involucra incentivar la empatía entre los interlocutores.
- Tener claro lo que se pretende transmitir, es decir que los objetivos estén bien formulados, con todas las aclaraciones necesarias para reducir al máximo los ruidos. No dar nada por supuesto.
- Conocer lo suficiente al destinatario del mensaje, el planteo de los objetivos, los alcances de su función, las expectativas generadas a partir de su participación en el proyecto. Averigüe cuánto sabe acerca del tema y cuál es su posición.
- Elegir el medio de comunicación más adecuado, lo que se denomina soportes, entre ellos cartas, correo electrónico, publicidad de la empresa, carteles, carteleras de anuncios, prospectos, mensajes en pantalla o salvapantallas.
- Tener presente no sólo lo que la persona involucra en su función laboral, sino también que esas funciones sean compatibles con sus objetivos personales.
- Estar predispuesto para responder las posibles objeciones.

La personalidad del responsable de activar la comunicación debe contar con una serie de características:

- Ser un buen comunicador por excelencia.
- Orientado a la realidad y a la acción.
- Flexible, adaptable, mentalidad abierta.
- Positivo, seguro y objetivo.
- Hábil para trabajar en equipo.
- Colaborador y solidario. Vocación de servicio.
- Capacitado para tomar decisiones rápidas y efectivas.
- Visionario del negocio.

- Honesto, sincero y ético.

Otro recurso consiste en realizar reuniones de equipo en las cuales todos puedan expresarse y aportar lo suyo. Sentirse escuchado es fundamental en el logro de una comunicación eficaz, ello logra un compromiso del trabajador a aceptar las diferencias de opinión sin molestarse ni enojarse y sin desarrollar a una actitud negativa hacia la otra parte.

Lo que no se debe hacer:

- No ser dominante en la conversación con la otra parte.
- No utilizar sarcasmos en el diálogo, ni adoptar una actitud cínica o altanera.
- No utilizar jamás su poder para amenazar al interlocutor.
- Evitar el enojo (el que se enoja pierde la discusión).
- No utilizar palabras groseras, expresiones peyorativas u ofensivas.
- No tomar jamás lo que se le diga como un ataque personal.
- Tratar de no perder la calma o actuar en forma temerosa.
- Refrenarse de adoptar una posición de la que no pueda salir adelante.
- No perder jamás la ecuanimidad, la paciencia.

Si se considera una comunicación eficaz en torno al ámbito de la seguridad y salud laboral es fundamental considerar los puntos anteriores y adaptarlos a los objetivos específicos del sector.

Una buena comunicación entre la empresa y los trabajadores incluye:

- Tener una lista de las sustancias peligrosas utilizadas o producidas en cada lugar de trabajo.
- Tener una ficha de datos de seguridad fácilmente accesible para cada sustancia química clasificada como peligrosa que se utilice.

- Convertir la información de la ficha de datos de seguridad en instrucciones destinadas al lugar del trabajo que brinden información práctica sobre la manera de manipular sustancias como parte de su rutina diaria.
- Asegurarse de que los recipientes que contienen sustancias peligrosas estén perfectamente etiquetados, con las advertencias de peligro adecuadas en relación con los riesgos físicos (por ejemplo, riesgo de explosión) y los riesgos para la salud. Facilitar a los trabajadores toda la información, instrucciones y formación pertinente para protegerse y proteger a otros trabajadores.
- Comunicar los resultados de la evaluación de riesgos.
- Preguntar periódicamente a los trabajadores sobre todo problema potencial en materia de seguridad o salud.

Se debe incluir a los mandos altos la capacitación y la práctica, para que luego resulte útil capacitar a los mandos medios y a los supervisores de las distintas áreas que tienen una llegada directa a las actividades y a los trabajadores.

Fuentes:

- Ricardo Sheffick. Fundación Iberoamericana de Salud y Seguridad Ocupacional –FISO-. 2013.
- Dr. ESLAVA ARNAO, Edgar. *"Comunicación efectiva en la seguridad",* "Gestiópolis". 29/04/2009. http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/proceso-de-comunicacion-eficaz.htm.
- *"Comunicación efectiva en las organizaciones"*, "El ergonomista". http://www.elergonomista.com/comunicacionorganizaciones.html
- *"Consejos para las empresas: comunicación". "*Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo". https://osha.europa.eu/es/topics/ds/advice_communication.