

Comunicación para la Prevención

Lic. Carina Mazzola y Lic. Lorena Steinberg

SIC-Servicios Integrales en Comunicación-

www.procomunicar.com.ar

La Prevención de Accidentes en el Trabajo

1. El Modelo DuPont

La prevención de accidentes en el trabajo involucra una amplia gama de disciplinas, que desde diferentes saberes, espacios y discursos buscan dar respuestas a una problemática compleja, profunda y multidimensional. En función de lo anterior, existe a nivel mundial una serie de estudios que tratan de abordar la causalidad de los accidentes para desarrollar medidas de control. Entre ellas, uno de los más extendidos es el modelo propuesto DuPont que, entre otros, analiza el origen de las causas de los accidentes dividiendo las mismas en dos categorías: **las condiciones inseguras y los actos inseguros**.

Las condiciones inseguras corresponderían a aquellas condiciones laborales que por falta de gestión en la política de seguridad de las empresas ponen en riesgo a los trabajadores. Por su parte, los actos inseguros se relacionan con la conducta de las personas en sus actividades laborales. Un ejemplo de una condición insegura sería una escalera que no está en condiciones para un trabajo en altura, mientras que un acto inseguro podría ubicarse en la no utilización de arneses por parte del trabajador. Condiciones y actos inseguros se combinan en un modelo estadístico que, según DuPont indica que el 4% de los accidentes se relaciona a condiciones inseguras y el 96% restante a actos inseguros por parte de los trabajadores.

Apreciaciones como las anteriores se suman a una larga lista de estudios sobre la implicancia del comportamiento en seguridad mostrando la importancia de desarrollar acciones preventivas que busquen los cambios en el comportamiento para evitar accidentes de trabajo. Los modelos de seguridad comportamental son una consecuencia de este tipo de abordaje que pone a la conducta humana en el centro de las causas de accidentes en el trabajo.

Desde una mirada compleja de prevención de accidentes sostenida en las ciencias de la complejidad y en las nuevas teorías de la comunicación vinculas a escenarios complejos, modelos como los de DuPont podrían definirse como pertenecientes al paradigma de la simplicidad en la medida que fragmentan una situación para el análisis proponiendo relaciones causales, lineales y aisladas para explicar un fenómeno social. ¿Se puede separar de manera tajante la condición y el comportamiento en el análisis de accidentes? ¿Condiciones inseguras no implican comportamientos inseguros y viceversa? ¿Es posible

aislar el comportamiento de los escenarios donde se produce que a la vez está influido por condiciones que imponen las empresas?

2. El Espacio de Recepción

A partir de estos interrogantes entendemos que se necesita una nueva mirada sobre el comportamiento humano, que no fragmente ni muestre relaciones lineales, que no busque causas sino problemas a resolver, que mire al otro como un auténtico otro, integral, complejo, sin divisiones. Proponemos para ello repensar el campo de los sujetos de prevención, tratando de comprender su conducta como un todo integrado entre causas y condiciones.

Creemos que este es el punto de partida para diseñar campañas de prevención de accidentes de trabajo implica analizar los espacios de recepción desde su complejidad intrínseca. Proponemos para ello considerar una serie de conceptos y abordajes sobre este espacio:

- *Hablamos de **ACTORES SOCIALES** y no de meros receptores de campañas de comunicación para la prevención. Esta diferenciación es clave para pensar campañas de comunicación. Ya no se trata de un receptor que decodifica un mensaje aportándole un sentido sino de actores sociales en múltiples roles y atravesamientos. Atravesamientos de género, social, cultural, educativo, histórico, económico, sindical. Es otro, un auténtico “otro” complejo.*
- *El espacio de recepción no es único **sino múltiple**, los diferentes actores sociales reconocen los discursos desde **las matrices socioculturales** donde están insertos. Se reciben los discursos desde la **cultura** y desde las posibilidades de interpretar de cada grupo. Desde esta perspectiva, la pretensión de interpelar con un único discurso a todo un colectivo de trabajadores fracasa desde su concepción al simplificar la realidad y el espacio de recepción.*
- La relación **salud/ enfermedad** no se vivencia de manera individual sino a partir de los vínculos con otros. De manera frecuente, los discursos sobre prácticas preventivas interpelan al sujeto para que cambie un comportamiento de riesgo que puede ponerlo en una situación de enfermedad pero en ese discurso no se considera el vínculo que subyace en la relación con los *otros*, esos *otros* que significan los actos preventivos otorgándoles un sentido. Un ejemplo de lo anterior son las medidas de **observación comportamental**, cuyo uso extendido en las empresas del rubro químico y petroquímico las ha transformado en una práctica habitual en prevención de accidentes en empresas multinacionales. ¿En qué consiste un modelo de observación comportamental? Básicamente un grupo de personas denominadas “**observadores**” tienen la tarea de observar el comportamiento de riesgo de los trabajadores en actividades rutinarias que

puedan desencadenar accidentes o incidentes. En el caso que la persona observada esté actuando de manera insegura, se le informa sobre las consecuencias para su salud de la persistencia de ese comportamiento. Por lo general es un proceso de naturaleza anónima, esto significa que no se registran los nombres de las personas observadas en el proceso. Pero los sistemas de observación comportamental son más que meras observaciones, trastocan los vínculos entre las personas en la medida que sugieren relaciones entre “observados” y “observadores”, mostrando nuevas relaciones de poder, despertando mitos, miedos, poniendo en el escenarios nuevos actores del lado de los observados” y “observadores”. Desconocer este trasfondo en la implementación de medidas de observación comportamental es desconocer el carácter colectivo de la relación entre salud/ enfermedad con la pretensión que la “advertencia sobre consecuencia negativas para la salud” es condición suficiente para que un sujeto se prevenga.

- Tienen otras percepciones de **riesgos** y otras prácticas que consideran preventivas. El “umbral de alerta” varía en cada persona y en cada grupo. Las prácticas que los individuos realizan no están en el vacío sino que se sostienen de experiencias y saberes y son justamente éstos quienes influyen en las percepciones de riesgo en un accidente. En este sentido, el discurso de la empresa puede enfrentarse al de los trabajadores que no perciben el riesgo de igual manera o al pensar diferentes destinatarios del riesgo. Como es común puede subestimarse el saber de los especialistas de seguridad por considerarlos ajenos a la práctica misma, pueden leerse las prácticas de seguridad de la empresa como meras acciones para cumplir normas de seguridad, puede considerarse que quien está en riesgo es la empresa y no es trabajador. En definitiva, sólo es posible comprender escenarios de comunicación de manera particular, contextualizada, teniendo en cuenta los diferentes actores que participan en dicho escenario.
- Los objetos y prácticas que las personas utilizan/ realizan, están sostenidos sobre **convicciones, saberes mágicos y técnicos**. Estos se encuentran insertos en la **vida cotidiana**, un espacio donde convive la racionalidad y los afectos, un pequeño espacio de libertad. Como veremos en el apartado de **objetos de prevención**, las significaciones atribuidas a los recursos y prácticas que involucran los actos preventivos pueden ser comprendidas desde el marco teórico que aporta la cotidianidad de los sujetos, aquellos espacios privados donde las reglas las demarcan los propios trabajadores. Dicho de otra manera, la empresa puede normalizar un horario de llegada y vigilar su cumplimiento, pero en aquellos pequeños momentos de prácticas laborales las normas y los procedimientos se enfrentan a la privacidad de lo cotidiano, donde las reglas sólo pueden ser impuestas por el propio actor que las realiza.

- La información transmitida implica procesos cognitivos que dependen de: la experiencia, las motivaciones y expectativas, la exposición y atención selectiva y el bloqueo y defensa perceptual. Por ejemplo, es muy frecuente escuchar en los trabajadores discursos que apelan a la experiencia como antídoto frente al accidente: “hace 20 años que trabajo en esto”, “ siempre lo he hecho de esta manera”
- Mientras que muchas campañas comunican desde la enfermedad/ muerte en el sistema de recepción se percibe desde lo cotidiano y desde la negación de la muerte. Un ejemplo de lo anterior son aquellas situaciones donde los trabajadores beben alcohol antes realizar un trabajo de riesgo como subir a una cabina a gran altura. ¿Cómo puede explicarse una situación de gran irracionalidad como ésta? ¿Se trata de ignorancia? Consideramos que la respuesta no es tan simple ni lineal. Como seres humanos necesitamos olvidar nuestra condición de mortales y esto es un requisito para mantener nuestra cotidianidad. ¿Cómo puede un trabajador enfrentar un trabajo de mucho riesgo con la absoluta convicción que puede morir al ejecutarlo? ¿Es posible vivir reconociendo a cada instante la posibilidad de la muerte? Desde esta perspectiva la muerte es lo que le pasa al *otro*, al que tiene menos experiencia, al nuevo, al que no tiene la *competencia* para llevar a cabo el trabajo. Cuando las campañas refuerzan los mensajes de muerte facilitan de esta manera la autoexclusión y la negación.

3. Los Objetos de Prevención

Las posturas que los sujetos adoptan ante las medidas preventivas están delimitadas por su vida cotidiana. Es en esta última en donde se dan las prácticas laborales, en el hacer de todos los días, en la trama de rutinas repetidas.

Como menciona Prieto Castillo, **la vida cotidiana** es la trama de lo cultural donde se definen los modos de hacer, de percibir, de soñar, que van compartiendo día a día los diferentes grupos sociales. Y es en la vida cotidiana donde se ponen en juego las prácticas de prevención de los sujetos, al interactuar con objetos de prevención.

El **objeto de prevención** es concepto utilizado para hacer referencia a los objetos u acciones que nos permiten preservarnos. Dentro de esta categoría, están todos los objetos que el personal debe utilizar para prevenir accidentes y las medidas de seguridad que deben llevar adelante. Hay que tener en cuenta que el objeto o la acción preventiva, además de preservarnos de algo implican la modificación de una práctica o la realización de una práctica nueva. En el caso de la modificación de una práctica, es necesario analizar la percepción de las pérdidas que genera el modificarla y la posibilidad de hacerlo.

Ejemplo: si las significaciones atribuidas al uso del casco como medida de seguridad se erigen como contrarias al objeto de la práctica (el trabajo), puede rechazarse el uso del objeto de prevención. En otras palabras, si el casco es percibido como un obstáculo en el trabajo, las personas mostrarán resistencia a su uso.

En este sentido, Prieto Castillo nos proporciona un interesante marco teórico para pensar los objetos de prevención, situando cuatro planos de significación. Para este autor, los objetos insertos en la trama de la vida cotidiana, implicarían significaciones asociadas a la función, a la comodidad, a la estética y al propietario de uso de tales objetos.

- **En primer lugar los objetos de prevención significan por su función.** *Ej. Los zapatos de seguridad sirven para cuidar los pies.*
- **En segundo lugar significan por comodidad:** *Ej. Los zapatos de seguridad son cómodos o incómodos.*
- **En tercer lugar significan estéticamente.** *Ej. Los zapatos de seguridad son lindos o feos.*
- **En cuarto lugar significan al propietario del grupo de uso.** *Ej. El uso de los zapatos pone al usuario en una posición determinada.*

“Todos estos planos de significación están presentes en las relaciones sociales. Cuando se toca un mínimo objeto se está tocando una red compleja” (Prieto Castillo:1999).

El marco teórico que aporta Prieto Castillo, nos muestra la gran complejidad de las significaciones atribuidas a los objetos y la necesidad de trabajar con ellos desde la prevención, distinguiendo la idea de objetos y actividades más allá de la mera imposición. Un objeto o acción preventiva, a la vez que nos preserva de algo, nos obliga a modificar una práctica de lo cotidiano. Es necesario analizar la percepción de pérdida que significa cambiar esa práctica.

3. El Contrato Comunicacional

En el discurso preventivo se configura un contrato de comunicación, en el cual puede observarse cómo **se posiciona el enunciador frente a su discurso**, qué concepto de prevención define, qué destinatario construye y qué relación establece entre ambas entidades. Es por esta razón que es crucial distinguir la **instancia de la producción** de los discursos de la **instancia del reconocimiento de los mismos**. Sin embargo, cabe aclarar que desde la producción se propone un contrato. Este último se define en el **plano enunciativo**, es decir, en el **cómo se dice el discurso**, no en el **contenido del mismo** y se conforma en lo **lingüístico y no lingüístico: cuerpo, imágenes, espacios, comportamientos sociales, etc.**

Desde una perspectiva de la efectividad, un discurso efectivo es aquel **donde la lógica de producción contempla la lógica de recepción** para la construcción de los discursos.

En el análisis del caso¹ que efectuamos, pudimos determinar lo siguiente:

1. ¿Quién y A quién le habla de prevención?
 - En la empresa que analizamos, todas las comunicaciones institucionales construían un enunciatario *vacío, sin conocimientos*, quien detenta el saber con respecto a los métodos preventivos.
2. ¿Qué concepción de prevención se maneja?
 - Se maneja una concepción de *prevención cosmética*, basada en cumplimentar normas, no en procesos de concientización por parte del personal.
3. ¿Qué colectivos sociales moviliza?
 - Se movilizan colectivos diferentes: el de los operarios, el de los supervisores, el de los mandos medios 'jefes'; el de los empleados que provienen de la cultura estatal y el de los colaboradores contratados, con la lógica de las empresas privadas. Es fundamental aclarar que en este rubro existe un alto nivel de sindicalización de los trabajadores. Es por esta razón que a modo de ejemplo, los supervisores y gerentes consideraban que los trabajadores, siguiendo el argumento de los delegados tendrían más razones para no trabajar, dado que la empresa tendría que brindar mayores condiciones de seguridad para el desarrollo de la tarea. Mientras hubiera más normas a las cuales adscribirse, más motivos para que los empleados no trabajasen.
4. ¿Tiene en cuenta la cultura como mediadora o solo toma en cuenta los hechos individuales?
 - En el caso analizado se efectuaban acciones sin estrategia, a modo de actos espasmódicos. Es por esta causa que perdían efectividad, dado que no respondían a una estrategia integral.
5. ¿Cuál es el contrato enunciativo?
 - Nuestra propuesta fue la de generar reuniones con los sindicatos para redefinir el concepto de prevención.
 - Capacitar a los supervisores con herramientas comunicacionales para que pudiesen dictar charlas de 5 minutos a su personal.
 - Comprometer a los gerentes y subgerentes en el proceso de análisis de las campañas preventivas.
 - Proponer a la Corporación que revisara su Plan Global para adaptarlo a las necesidades de la cultura, las problemáticas y el contexto argentinos.

A modo de cierre: Desplazamientos necesarios para trabajar en Comunicación para la Prevención:

- **Del paradigma reduccionista al enfoque de la complejidad:** es necesario un cambio de paradigma que legitime al otro, que cambie la mirada reduccionista sobre la prevención para adentrarse en la complejidad de los vínculos, las relaciones y las dimensiones que pone en juego la prevención de accidentes.
- **Del receptor al actor social:** es necesario abandonar la visión del receptor para integrarla en una noción de actores sociales. Esto significa abandonar los antiguos esquemas de comunicación que mostraban receptores planos y predecibles para adentrarse en un nuevo enfoque donde también quienes estamos en el plano de la producción de discursos debemos transformarnos.
- **Del discurso a producir al problema a resolver:** la comunicación no se trata de “un discurso a transmitir sino de un problema a resolver” (Massoni, Sandra: 2007) Abandonar las prácticas comunicacionales que privilegiaban el foco en lo que el emisor quería transmitir para comenzar a pensar espacios abiertos y plurales de consenso y comunicación. Espacios que sólo pueden ser pensados en contextos que condicionan cómo los discursos son producidos y cómo son recepcionados. Lo que implica que no se puedan transpolar campañas y experiencias a diferentes realidades.
- **De la especialización a la interdisciplinariedad:** para abordar la complejidad de las relaciones. Una mirada que integre las disciplinas para producir nuevos saberes e incluya nuevas metodologías de investigación para trabajar en la prevención de riesgos en el trabajo.

¹ Empresa de 500 trabajadores del sector portuario.

Bibliografía

- Bartoli, A. *Comunicación y Organización*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1992.
- Bremond, C. (1982) *El rol de influenciador*, en *Investigaciones retóricas II*, Ed. Buenos Aires, Barcelona.
- Bourdieu, P. *¿Qué significa hablar?* Ed. Alcañal Madrid, 1985.
- Ciamberlani, L./ Steinberg, L. *Comunicación para la transparencia*, Ed. Granica, Buenos Aires, 1999.
- Etkin, J y Schvarstein, L. *La identidad de las organizaciones. Invariancia y cambio*. Ed Paidós, Buenos Aires, 1992.
- Massoni, Sandra. "Estrategias: los desafíos de la comunicación en un mundo fluido", *Homo Sapiens*, 2007. .
- Najmanovich, Denise, Dra. Vera Lennie. *Pasos hacia un pensamiento complejo en salud*, Presentado en el Primer Seminario Bienal de Implicaciones Filosóficas de las Ciencias de la Complejidad. La Habana, Enero 2001.
- Prieto Castillo. *De Comunicación y Cultura. De los Productos a los Procesos*, La Crujía, 1999
- Verón, Eliseo: *Discursos sociales, El sentido como producción discursiva*, en *La semiosis social*, Ed. Gedisa, Buenos Aires, 1987.-
- Verón, Eliseo: *Prensa escrita y teoría de los discursos sociales Producción, recepción, regulación* en *La Presse: Produit, production, reception*, Didier Erudition, Paris, 1984
- Villafañe, J. *Imagen Positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Ed. Pirámide, Barcelona, 1993.
- Watzlawick, P. *El lenguaje del cambio*. Ed. Herder, Barcelona, 1989.