

MENSAJES IMPACTANTES SOBRE SEGURIDAD Y SALUD

HEALTH AND SAFETY AT WORK - Reino Unido

En este artículo se tratan de explicar distintas estrategias para lograr que los mensajes sobre seguridad y salud destaquen en los boletines de noticias de las empresas.

¡ME IMPORTA UN PIMIENTO! Si continúa leyendo, esta frase ha logrado su propósito por segunda vez en menos de seis meses. Es el titular del boletín trimestral interno de una empresa de asfaltado de carreteras para abordar la prevención del cáncer testicular, pero lo más importante es que resultó una información impactante difícil de ignorar.

En 2007 obtuvo el premio CIB (Premios de Comunicación Empresariales) al mejor reportaje, ya que un tema serio fue abordado en un lenguaje sencillo fácilmente legible y entretenido.

Puede resultar una ardua tarea conseguir la atención sobre seguridad y salud mediante mensajes en boletines de empresas. Se compete con otras publicaciones con información, en principio, más atractiva y con lectores acostumbrados a considerar la prevención de riesgos laborales con menor seriedad de la que realmente se merece.

No obstante, las publicaciones internas ofrecen una plataforma demasiado buena como para permitirse renunciar a ella cuando se trata de **promover comportamientos seguros o la concienciación de los empleados**, por tanto vale la pena **aprender los trucos del oficio**.

*Una manera de conseguir la atención de los lectores son **los titulares llamativos**, otra*

*el uso **creativo de las imágenes**.*

Al ver una foto de una rata enorme al lado de un artículo, probablemente se tenga curiosidad por comprobar de qué tema trata. El Scottish Water's SW News, que se distribuye cada mes en los escritorios de miles de empleados, usó esa imagen para ilustrar un reportaje sobre una campaña sobre una enfermedad infecciosa llamada Leptospirosis (o enfermedad de Weil) que puede ser causada por el contacto con la orina de la rata.

*Otra manera de conseguir un mensaje eficaz es **introducir información sobre seguridad y salud con otro material más ligero**. Recientemente la revista Tarmac lanzó la característica batalla de sexos respecto de quién conduce mejor. Los lectores se interesaron porque querían averiguar quién era mejor conductor, sí el hombre o la mujer. Pero también sin ser conscientes leyeron los consejos de conducción que estaban incluidos en el artículo.*

Un texto por sí solo no cambiará el comportamiento de las personas, también es importante dónde se colocará el mensaje. Algunos boletines ponen este tipo de información en páginas claras, con contenido divertido, por ejemplo en páginas donde están los crucigramas o los cotilleos sobre empleados que se han casado o que han tenido hijos.

Para que la seguridad y la salud destaquen en las publicaciones se deben tener en cuenta las siguientes características:

- *Titulares audaces y cortos que no sobrepasen las seis palabras.*

- Que vayan acompañados de imágenes atractivas e impactantes.
- Que la noticia capte la atención del lector mediante una primera frase llamativa.
- Que el texto esté formado por frases cortas y sencillas de leer.
- Emplee el humor, si resulta apropiado.
- Use verbos activos como “debe usar un arnés” en lugar de “los arneses deben ser usados”
- Evite extenderse, no alargue innecesariamente el texto.

Se ha demostrado que **un enfoque distendido también tiene éxito**, tanto en publicaciones internas producidas por y para los trabajadores como en las comunicaciones realizadas por los equipos de mejora de seguridad.

Los técnicos de prevención de algunas empresas sostienen que la información de seguridad debería ser **agradable, sencilla y no aburrida**. Los boletines de noticias que los equipos de mejora de esas empresas

reúnen, **utilizan muchos cuadros e ilustraciones y escriben sobre los incidentes locales reales**. Esta estrategia beneficia a la empresa porque el personal los lee.

La publicación bimensual de una empresa incluyó recientemente una noticia sobre la nueva política general de uso obligatorio de equipos de protección de manos y ojos que ha introducido en todos sus lugares de trabajo. La noticia destacó las ventajas de la política, usando el ejemplo de un empleado que había salvado la vista porque llevaba la protección ocular cuando una viruta de metal salió proyectada hacia el ojo.

Hacer comprender los mensajes de seguridad y salud en una empresa es, por lo general, **un esfuerzo conjunto** entre el departamento de prevención y el personal que realiza las comunicaciones internas.

Si el técnico de seguridad y salud es quien realmente escribe el contenido, debe tener en cuenta lo siguiente para mejorar sus habilidades al escribir las noticias.

- Se tiende a escribir reportajes usando un estilo poco apropiado para la noticia.

- Se aconseja no escribir como si se estuviera realizando un informe.

- Relate la historia como si lo estuviera haciendo a un familiar o a un amigo después del trabajo.

- Encuentre un gancho que atraiga a la gente y asegúrese que se relaciona con el lector. Una introducción que comienza con un **“nunca volveré a ir a pescar”** es mucho más efectiva.

Decidir con qué frecuencia se realizan los mensajes de seguridad también es importante. No hay una regla absoluta sobre si se cubre la seguridad y salud en cada publicación,



pero casi siempre hay alguna reseña sobre temas de seguridad porque hay algo que necesita ser tratado.

Finalmente, los estudios han demostrado

que el personal no reacciona de forma positiva si no recibe información con una cierta periodicidad determinada. Por eso, es importante mantener una regularidad en la emisión de mensajes de seguridad y salud.