

# La formación en el puesto de trabajo a través de los mandos y la información específica sobre el riesgo

La labor informativa y formativa en prevención que la Ley 31/1995 exige (artículos 18 y 19) es de un alto coste para la empresa y puede ser inútil a lo largo del tiempo si no se refuerza adecuadamente y se integra en el quehacer diario, por lo que es aconsejable utilizar medios complementarios de carácter práctico que permitan la consolidación y el mantenimiento de los conocimientos adquiridos a través de las actividades formativas. Estas actividades se deben relacionar con la experiencia e integrarse en la organización y en el entorno laboral, ya que el exceso de información de la sociedad actual conlleva que, si ésta no va dirigida al entorno o puesto de trabajo específico, con frecuencia se desprecie.

La elaboración participada de carteles y folletos informativos en la propia empresa y adaptados a sus puestos de trabajo y riesgos específicos y la gestión de los mismos a través de sus mandos inmediatos es un medio, que no por sencillo es menos eficaz para la integración de la prevención, ya que todos sabemos que, además, tienen más efecto los mensajes a medida o personalizados que los que no lo son.

## El estudio de los puestos

En primer lugar es aconsejable buscar tiempo y oportunidad para estudiar a fondo los puestos de trabajo donde se pueda aplicar la modalidad formativa e informativa de refuerzo, mediante carteles o folletos divulgativos gestionados a través de los mandos, analizando con detalle el colectivo afectado, la estructura de la organización y los riesgos específicos.

Después de la selección y clasificación prioritaria de los riesgos, es conveniente solicitar la participación de los implicados ya experimentados, si los hay, en la definición de los riesgos y su prevención y en la forma de tratar la información.

Por último, ayudará a definir la estrategia formativa la concreción exacta de los objetivos.

## Los objetivos y la estrategia formativa

El análisis detallado del colectivo sobre el que se desea actuar (antigüedad en el puesto, edad, costumbres, conocimientos básicos, etc.) y de los objetivos que queremos alcanzar (proporcionar conocimientos preventivos, cambiar la actitud de los trabajadores, adquirir nuevos hábitos de trabajo, cambios

de hábitos perniciosos, etc.) establecerán el punto de partida y las necesidades para poder definir la estrategia formativa, que valorará las acciones que podrían realizarse, discutiendo entre el grupo sobre su posibilidad y eficacia. Entre ellas podemos contemplar las sesiones informativas, reuniones, trabajos de grupo, exposiciones, periodicidad, reparto de folletos, plazo de repetición del proceso formativo, evaluación, etc.

La información puede contener uno o varios mensajes, según se trabajen los temas, pretendiendo en general alcanzar un fin más integrado que la pura sensibilización o el mero conocimiento puntual de los riesgos y su prevención. Es importante que los trabajadores lleguen a comprender "la razón de ser" de las medidas de prevención y puedan responder a situaciones imprevistas que no se han podido recoger en las mismas.

La asignación a un mando inmediato de la tarea de la formación específica en cada puesto o tipo de trabajo facilitará la valoración de la evolución y la eficacia del proceso formativo. Por otro lado, la revisión periódica del contenido de la información escrita sobre la que se trabaje será primordial para el buen uso de la misma.

## El tratamiento del texto y de la imagen

Existe material divulgativo diverso que trata de los riesgos específicos en los puestos de trabajo, pero dada la extensión de los temas que se deben tratar en una empresa, es conveniente que los responsables de prevención se atrevan a diseñar, sin reparos, sus propios folletos o carteles informativos sobre los riesgos específicos de los puestos de trabajo de su empresa.

Hoy en día se dispone de medios gráficos suficientes para poder realizar los bocetos (ordenador, fotocopidora, escáner, PC, impresora color, cartulinas plastificadas, cartón pluma, etc.). La estructuración de la información y el diseño (color, forma, tipo de letra, etc.) son de gran importancia en el impacto posterior, por lo que se deben aplicar unas orientaciones gráficas para el diseño de este material divulgativo, que se indican en el cuadro adjunto. Dependiendo de la habilidad del personal, el presupuesto disponible y la duración que se desee, este material puede emplearse directamente o ser tratado por una empresa especializada, considerando siempre que toda acción preventiva es útil. ●

## ■ Tabla 1 ■ La eficacia de la información en la prevención a través de los mandos

La efectividad de la utilización por los mandos de material divulgativo de carácter preventivo para reforzar la formación recibida por los trabajadores se apoya en que:

- Se necesitan pocos medios económicos para su aplicación.
- Fomenta la cultura preventiva y estimula la formación de la línea de mando.
- Es flexible en el tiempo y favorece el aprendizaje mediante el refuerzo y la repetición.
- El proceso formativo no genera rechazo, ya que es personal y adaptado al ritmo de asimilación del individuo.
- Posibilita la ampliación de información acudiendo a las fuentes normativas y legislativas, si se citan.
- Facilita la formación en la incorporación a nuevos puestos de trabajo.
- Es coherente con la realidad del trabajador, ya que cumple con los **principales requisitos pedagógicos del aprendizaje del adulto**, debido a que:

**Es de aplicación inmediata y frecuente, habitualmente diaria.**

**Da la posibilidad de escuchar y ver simultáneamente, facilitando la comprensión.**

**Está integrado en su entorno físico habitual y está relacionado con la experiencia.**

**Ofrece la posibilidad de la participación.**

**Dispone de información directa de los resultados de su aprendizaje.**

**Disfruta de un apoyo continuado por parte de los mandos inmediatos.**

## ■ Tabla 2 ■ Orientaciones para el diseño de material divulgativo

Debe tenerse en cuenta que es más fácil diseñar un folleto que un cartel aunque, si se decide por lo segundo, hay que considerar algunos puntos, ya que un cartel de calidad es aquel que llama la atención espontáneamente por su imagen, texto, color, tamaño, composición y formato; se debe expresar gráficamente en forma clara y apoyarse sólo en textos cortos que den énfasis a la idea, y el mensaje deberá ser global, en el que cada elemento se integre de forma armónica y cree una unidad estética.

### La imagen

Debe resumir la/s idea/s a la mínima expresión gráfica, sin dejar de ser claras y significativas y pueden ser fotográficas o dibujadas. El dibujo debe ser sencillo y debe sintetizar los elementos que lo integran; esto exige imaginación y creatividad. El dibujo puede ser: realista, caricaturizado o estilizado y no debe usar situaciones negativas como la ridiculización, los objetos repugnantes o escenas dramáticas o hirientes. La imagen en un cartel no es un fin en sí misma, sino un medio para llegar al fin propuesto, que es la comunicación y la fijación del mensaje.

### El texto

Refuerza el mensaje de la imagen y ayuda a dar la impresión de equilibrio. Este elemento del cartel debe cuidarse tanto en la redacción como en el tipo de letra, tamaño de la misma y su colocación. La redacción debe ser corta, directa y clara, buscando al igual que la imagen, comunicar el mensaje con el mínimo de elementos, sin utilizar palabras o frases largas y su redacción estará determinada por el entorno cultural de las personas a las que irá dirigido el mensaje, evitando redundancias.

El encabezado debe ser breve y conciso y con letras de mayor tamaño. El pie, con texto de menor tamaño, tiene como función clarificar y profundizar en el mensaje y puede contener la legislación o las normas existentes.

El tipo de letra es también un elemento importantísimo, pues a través de ésta podemos transmitir significados emotivos y sentimientos; combinada con la imagen puede resultar más impactante en su mensaje global.

### El color

En él hay que seguir ciertas reglas: usar pocos colores y aplicar los colores planos, sin matices. Los contrastes pueden hacerse recurriendo a la combinación de los colores complementarios (por ejemplo: violeta y amarillo) o a los armónicos (por ejemplo: bermellón que sale del rojo y amarillo), aunque cualquier combinación es válida si se consigue el efecto deseado.

### El tamaño

Dependerá del contenido y del lugar en que estará colocado y la distancia a la que pasarán los que lo observen. Los tamaños recomendados más comunes son 70 x 100 cm, 50 x 70 cm o 35 x 50 cm, ya que coinciden con las medidas comerciales del papel. El tamaño de las letras irá en armonía con el tamaño del cartel y la distancia a la que deban leerse.

### La composición

Es la distribución de los elementos, tanto de las figuras como de los textos. La composición debe buscar el equilibrio y la armonía, no sólo en lo referente a la imagen, sino también en cuanto al colorido y la estética. El mensaje debe ser integral, respetando distancias, márgenes y espacios en blanco y debe valorarse como si fuera una unidad perfectamente equilibrada.

### El formato

Existen dos tipos: el vertical y el horizontal o apaisado. La selección de una u otra forma dependerá, en gran medida, del mensaje y de la estética y reparto de los elementos de la composición.

## ✚ info

- *Notas Técnicas de Prevención 272, 296, 453, 454, 492, 493, 504, 505, 559, 570, 580, 655, 662, 665 y 685.*