

# COMUNICA, QUE ALGO QUEDA

SEGURMANIA  
ZUREKIN

CULTURA DE LA PREVENCIÓN PARA LOS FANS DE VOLVER A CASA



[www.segurmaniazurekin.eus](http://www.segurmaniazurekin.eus)

**ConfeBask**  
Somos empresa vasca. Somos compromiso.  
Euskal enpresa gara. Konpromisoa gara.

Expresión Hobe  
**ADEGI**  
Gizarte Hobe

**CEBEEK**  
Confederación  
Empresarial de  
Bizkaia  
Bizkaiko  
Enpresarien  
Konfederazioa

se **EMPRESAS ARABAKO  
ALAVESAS | ENPRESAK**

*Euskadi, bien común*  
**EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO**  
LAN ETA JUSTIZIA  
SAILA  
DEPARTAMENTO DE TRABAJO  
Y JUSTICIA

**OBSERVATORIO VASCO PARA LA CULTURA PREVENTIVA  
EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA**  
ENPRESA TXIKI ETA ERTAINETAKO  
PREBENTZIO-KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA

Laguntzaileak / Colaborador

**cecobi**  
Euskadi Mekanizazioa | Confederación Empresarial  
Española de Mekanización | Asociación de Empresas de Euzkadi

**FVEIN**  
Federación Vasca de  
Empresarios y  
Industriales

**KIMIKA**  
Asociación Vasca de  
Industria Química

**ascobi  
bieba**

MONOGRÁFICO



# COMUNICA, QUE ALGO QUEDA



- + Sin comunicación no puede imaginarse una buena gestión de la prevención de riesgos laborales. La comunicación es un componente inseparable e indispensable de la PRL. La comunicación es fundamental para la prevención. En una organización o empresa no podrá llevarse a cabo una gestión eficaz de PRL si no cuenta con una buena comunicación y se practica la escucha activa y el diálogo entre las personas.
- + Por un lado, es necesario utilizar una comunicación estratégica que posibilite que la dirección y a los responsables de PRL puedan expresar los objetivos de prevención y de salud laboral, así como explicar los riesgos, las medidas preventivas y las líneas de actuación más adecuadas.
- + Y por otro, practicar una comunicación colaborativa, donde se realice una escucha activa y se permita el diálogo, incentiva la aparición de diferentes enfoques para un mismo objetivo, fomenta la corresponsabilidad, favorece un aumento del clima de seguridad y hace crecer la cultura preventiva de la organización.

- + La comunicación efectiva en PRL ayuda a influir positivamente en los demás, provocando cambios en las actitudes menos seguras e impulsando la motivación de comportamientos seguros. Es una herramienta de información y estímulo del diálogo que ayuda a que el liderazgo pueda difundir y fomentar valores y comportamientos preventivos. Así que un buen líder, siempre debe comunicar y comunicar porque nunca cae en saco roto y siempre algo queda.
- + Como la PRL está in love con la comunicación, se merece que la dedicamos un completo monográfico. ¡¡¡Allá va!!!

# ÍNDICE



## 1- LA BUENA COMUNICACIÓN

1.1. La falta de comunicación no solo rompe parejas... una buena comunicación es esencial para la cultura preventiva.

## 2- SABÍAS QUE...

2.1. ¿Sabías que la comunicación y la autoestima van de la mano?

## 3- INFOGRAFÍAS SAGA COMUNICACIÓN & PRL

3.1 Cuando debes hablar, y cuando es mejor callar y escribir en su lugar. Comunicación oral.

3.2 Cuando debes hablar, y cuando es mejor callar y escribir en su lugar. Comunicación escrita.

3.3 Si quieres que te lean hasta el final, estas normas debes emplear.

3.4 Si sin palabras quieres comunicar, estos gestos debes dominar.

3.5 Si quieres impactar, el tablón de anuncios debes colocar.

3.6 Si quieres impactar, el tablón de anuncios debes decorar.

# 1 LA BUENA COMUNICACIÓN



Siguiendo con nuestra saga de los 10 Componentes de la Cultura Preventiva, tras dedicar un post al Liderazgo, hoy vamos a hablar del siguiente elemento que hay que trabajar y desarrollar para mejorar la cultura preventiva de las empresas y organizaciones: la Comunicación. Y es que la falta de comunicación no solo rompe parejas... La buena comunicación es también un atributo esencial dentro de la cultura preventiva de las empresas.

1.1

## LA FALTA DE COMUNICACIÓN NO SOLO ROMPE PAREJAS... UNA BUENA COMUNICACIÓN ES ESENCIAL PARA LA CULTURA PREVENTIVA



La comunicación es un **proceso** que a simple vista parece sencillo. En materia de prevención, un **emisor lanza un mensaje preventivo que es recibido por un receptor**. Y listo, ¿no? Pues no, no se trata de un proceso tan sencillo, sino de algo un poco más **complejo**, puesto que del desarrollo de ese proceso puede originarse una forma de comunicar que ayude a mejorar la seguridad y la salud de una empresa u organización, o por el contrario que favorezca la producción de errores.



Esto es debido a que a veces el mensaje no consigue llegar como debería hasta el receptor. ¿Por qué? Pues, por un lado, el emisor lanza un mensaje con una información concreta que es **emitido con una finalidad concreta**, pero ese mensaje puede llevar una parte explícita y otra parte que sea más implícita, que esté relativamente oculta.



Por otro lado, el mensaje se hace llegar a través de un **canal** y debe ser emitido a través de un **código** que emisor y receptor deben conocer (verbal o no verbal), aquí ya entrarían muchos matices que pueden interferir en el mensaje, como el tono verbal, los gestos, la postura, los movimientos...)



+ Además, el proceso de comunicación se produce en un **contexto** determinado que condiciona la relación entre los componentes involucrados y que puede **dotar de nuevos significados al mensaje**, o tergiversarlo.

+ La comunicación tiene una gran carga de intuición e inmediatez y es preciso dominar aspectos muy variados como:

**1-Los aspectos de contenido:** Relativos al mensaje literal que se emite.

- ✗ Se centra en el qué se dice.
- ✗ Se puede verbalizar de manera relativamente sencilla con poco entrenamiento.

**2- Los aspectos de relación:** Relativos a la relación entre los interlocutores.

- ✗ Hace referencia a las intenciones del mensaje, el para qué del mismo.
- ✗ No es tan sencillo verbalizarlo o evidenciar el proceso, lo que da lugar a posibles juegos en la relación, dobles sentidos, malentendidos...
- ✗ Dependiendo del manejo de la situación, la relación entre las personas que se comunican se ve reforzada o debilitada.

+ Por ello, a la hora de **comunicar un mensaje preventivo** en una organización hay que **plantearse cuál es la manera más adecuada** de hacerlo para **lograr que el mensaje llegue de la forma correcta** y para poder **influir de manera positiva** en todas las personas que trabajan y se relacionan en la empresa.

+ **Carl Rogers** el psicoterapeuta más influyente de la historia, según un estudio realizado entre psicólogos estadounidenses y canadienses, estudió detenidamente los procesos de comunicación esenciales para potenciar y mejorar las relaciones entre las personas. Rogers estableció **tres actitudes básicas** que pueden crear un marco propicio para la comunicación: la **empatía**, la aceptación incondicional unida a la **ausencia de juicio crítico y la autenticidad**.

+ La **empatía**, el “ponerse en el lugar del otro”, es la base para poder establecer una comunicación eficaz y constructiva, especialmente en situaciones difíciles o críticas. Es una **habilidad esencial** para las relaciones personales, con una relativa carga innata, pero con posibilidad de aprenderse y mejorarse con el debido entrenamiento.

+ En segundo lugar, la ausencia de juicio crítico y la aceptación incondicionales si son bien manejadas suponen una invitación a que la otra persona pueda ser ella misma, y llegue a **comunicarse abiertamente y sin miedo a ser juzgada**, rompiendo una de las barreras más importantes en la comunicación. Dominar esta habilidad es esencial ya que al crear contextos donde se puedan exponer sin miedo las dudas, problemas, incidentes, ... las personas tienden a aumentar el nivel de sinceridad y de compromiso.

+ Por último, la **autenticidad** es otra actitud a potenciar, ya que permite crear **un clima de sinceridad adecuado**. Cuando un interlocutor percibe al otro comunicándose de forma sincera y auténtica, se reduce la probabilidad de que exista un juicio crítico que condicione la conversación.



2

## SABÍAS QUE...

### ¿SABÍAS QUE LA COMUNICACIÓN Y LA AUTOESTIMA VAN DE LA MANO?



La comunicación y la autoestima están muy relacionadas. Existe una **relación muy significativa** entre hablar en público y la autoconfianza. La forma en que nos expresamos y la manera de comunicarnos que utilizamos está muy determinada por nuestra autoestima. **Dependiendo de si nos sentimos bien o mal con nosotros mismos** nos comunicaremos con mayor o menor confianza respectivamente.

Según tengas la autoestima alta o baja te comunicarás de una u otra manera con el mundo. ¿Quieres descubrir **cómo cambia la comunicación** según la autoestima? Pues sigue leyendo.

**Una persona con autoestima baja** piensa que es insignificante y tiene dificultades para comunicarse. Las personas con baja autoestima **no se atreven** a manifestar sus verdaderos pensamientos, sentimientos o deseos. Suelen utilizar una **comunicación poco directa**, dando muchas vueltas a las cosas que quieren decir. La comunicación con ellos suele ser complicada porque no se obtiene un feedback adecuado.

En el trabajo suelen tener **problemas de comunicación** con sus compañeros o jefes. Se suelen sentir frustrados porque no son capaces de mantener una comunicación fluida y se culpan por ello. Tanto pueden adoptar un tipo de comunicación pasiva como

+ pueden optar por una agresiva, porque les cuesta hacer valer su opinión, entonces tanto ceden terreno como que otras veces lo pretenden conquistar por la fuerza. No confían en ellos mismos y tanto se rinden y no afrontan los problemas que pueden surgir en una conversación y se callan, como, al contrario, se enfrentan desmesuradamente y sin medida lógica.

+ Por el contrario, las **personas con alta autoestima** utilizan una **comunicación fluida**, con un **lenguaje amplio y seguro**, que busca la participación del resto de personas presentes y el feedback. Les gusta participar de las conversaciones mostrando lo que piensan y sienten porque **valoran su opinión** y consideran que sus palabras y opiniones son importantes. Utilizan un **lenguaje directo** y dirigen la conversación hacia los aspectos de los que quieren hablar, sin dejarse llevar por la opinión de los demás. Tienen fe en sus palabras y **saben transmitir**.

+ Por lo tanto, seamos conscientes del valor de la autoestima reconociendo y aceptando nuestras fortalezas, capacidades, debilidades y defectos.

# 3 INFOGRAFIAS SAGA COMUNICACIÓN & PRL



- + Tanto la comunicación oral como la comunicación escrita tienen una serie de ventajas y desventajas, vamos a desglosar cuales son para saber cuándo es mejor utilizar una u otra en Prevención de Riesgos Laborales.
- + Seguir una serie de normas en tus comunicaciones conseguirá que las lean hasta el final. Te mostraremos 10 reglas infalibles para este fin.
- + La comunicación a través de los gestos es de gran relevancia en algunos ámbitos laborales donde el encargado de comunicación debe conocer el lenguaje gestual correctamente para poder comunicarse.
- + El tablón de anuncios es un medio de comunicación muy útil. Te enseñamos cuándo usarlo y cómo para que tenga efectividad.



3.1

## CUANDO DEBES HABLAR, Y CUANDO ES MEJOR CALLAR Y ESCRIBIR EN SU LUGAR.

BLA BLA  
BLA BLA

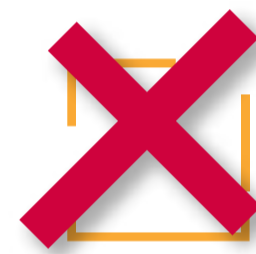


### COMUNICACIÓN ORAL.

#### VENTAJAS



- El mensaje oral transmite mejor **SENTIMIENTOS Y EMOCIONES**.
- Permite una comunicación **MÁS PERSONAL E INDIVIDUAL**.
- Facilita una **MAYOR INTERACCIÓN** por parte del receptor y **PROPORCIONA** al transmisor **RETROINFORMACIÓN**.
- Permite al transmisor **IR MODIFICANDO Y AJUSTANDO SU MENSAJE** en función de la retroinformación verbal y no verbal que obtiene del receptor.
- Puede producir un **MAYOR IMPACTO** que la escrita.
- Normalmente, suele ser un medio de transmisión **MÁS BARATO Y RÁPIDO**.

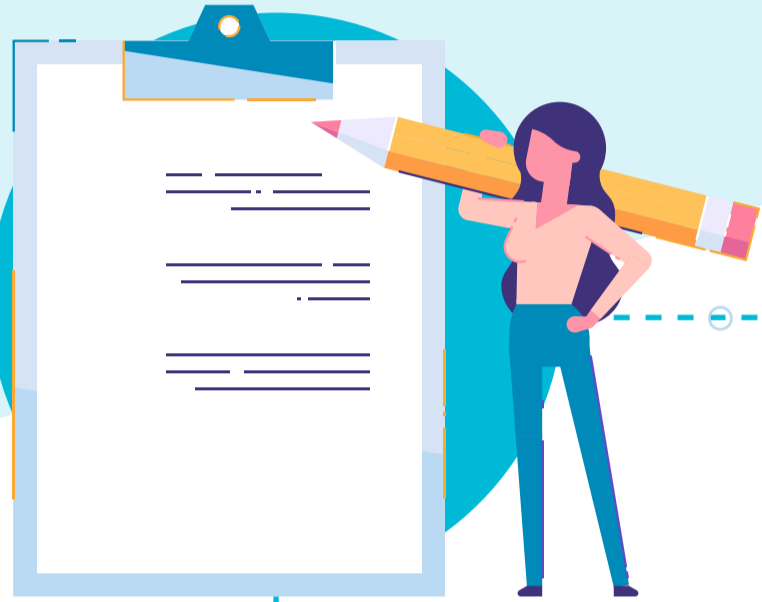


#### DESVENTAJAS

- Es una **COMUNICACIÓN EFÍMERA** y de corta duración.
- Es **DIFÍCIL ARCHIVARLA Y LLEVAR UN REGISTRO** de los mensajes orales para poder hacer referencias posteriores a ellos.
- Entraña una **MAYOR DIFICULTAD** que la comunicación escrita pues es más difícil pensar mientras se está hablando.
- **NO PERMITE CORREGIR LOS ERRORES** previos a la transmisión porque ésta es prácticamente inmediata. Una vez dicho algo, dicho queda.

# 3.2

## CUANDO DEBES HABLAR, Y CUANDO ES MEJOR CALLAR Y ESCRIBIR EN SU LUGAR.

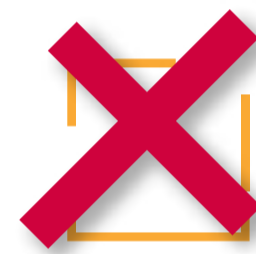


### COMUNICACIÓN ESCRITA

#### VENTAJAS



- El mensaje escrito es mejor para transmitir **HECHOS Y NORMAS** fundamentadas y establecidas.
- Permite comunicar mejor los **MENSAJES DIFÍCILES** de entender o complicados.
- Los mensajes escritos pueden **PLANIFICARSE, ESCRIBIRSE, REVISARSE Y CORREGIRSE** antes de ser transmitidos.
- Permite **ALMACENAR LOS MENSAJES** emitidos para llevar un mejor control y **REGISTRO** de ellos.



#### DESVENTAJAS

- Hay gente a la que **NO LE GUSTA LEER O NO SABE LEER** que no va a prestar atención al mensaje.
- Es **MÁS FRÍA Y DISTANTE** que la comunicación oral; le falta cercanía y carece de individualidad.
- **NO FACILITA LA RETROALIMENTACIÓN** o de haberla ésta se ralentiza.
- **NO PROPORCIONA** por parte del receptor **PISTAS VERBALES, NI NO VERBALES**, que ayuden al transmisor a saber si su mensaje está siendo entendido.
- **EL TRANSMISOR NUNCA PUEDE ESTAR SEGURO** de que su **MENSAJE** ha sido leído y por tanto **RECIBIDO**.
- **ES MÁS CARA** que la comunicación oral y **MENOS INMEDIATA**.

# 3.3

## SI QUIERES QUE TE LEAN HASTA EL FINAL, ESTAS NORMAS DEBES EMPLEAR



1

Un **MENSAJE ESCRITO** debe tener una **INTRODUCCIÓN**, en la que se exponga el tema a tratar; un **CUERPO PRINCIPAL**, en el que se desarrolla el tema y, por último, una **CONCLUSIÓN**, que sea decisiva, directa y comprensible.

2

Utilizar **VERBOS ACTIVOS Y PALABRAS EXPRESIVAS**. Las oraciones activas son mucho más dinámicas y vívidas que las pasivas. Resulta más fácil visualizarlas.

3

**EVITAR LOS DETALLES EXCESIVOS**. Una oración no debe contener más que una idea principal.

4

**RESPETAR EL ORDEN NORMAL DE LA FRASE**. Sujeto, verbo y complemento.

5

**ELIMINAR LAS PALABRAS INÚTILES**. No utilizar demasiados adjetivos y/o adverbios. Sujeto, verbo y un complemento son suficientes.

6

Elegir **PALABRAS DE USO COMÚN** que el receptor entienda con rapidez y facilidad.



7

Emplear **LA PUNTUACIÓN CORRECTA**. Los párrafos o frases deben enlazarse o dividirse mediante la puntuación adecuada: el punto y el guion, los dos puntos, el punto y coma..

8

Utilizar **FRASES CORTAS Y SENCILLAS**. Tienen mayor probabilidad de ser comprendidas. Favorecen una lectura más clara y rápida.

9

Usar **ORACIONES POSITIVAS**. Destacando lo agradable en lugar de lo desagradable, lo favorable sobre lo desfavorable. Producen mejor efecto y contribuyen a crear relaciones más armoniosas.

10

Debe ser **CONCISO**. Exponer lo importante sin alargarse. Si el mensaje es poco preciso o complicado se corre el riesgo de fatigar la atención del lector.

3.4

## SI SIN PALABRAS QUIERES COMUNICAR, ESTOS GESTOS DEBES DOMINAR



Según la normativa del INSST, una señal gestual debe ser siempre precisa, amplia, fácil de realizar y comprender y claramente distinguible de cualquier otra señal gestual. La persona denominada "encargado de las señales", debe tener en cuenta estos movimientos a la hora de comunicarse

FUENTE:

INSST (Instituto nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo)

### GESTOS GENERALES

- **COMIENZO:**

Atención  
Toma de mando



- **ALTO:**

Interrupción  
Fin del movimiento

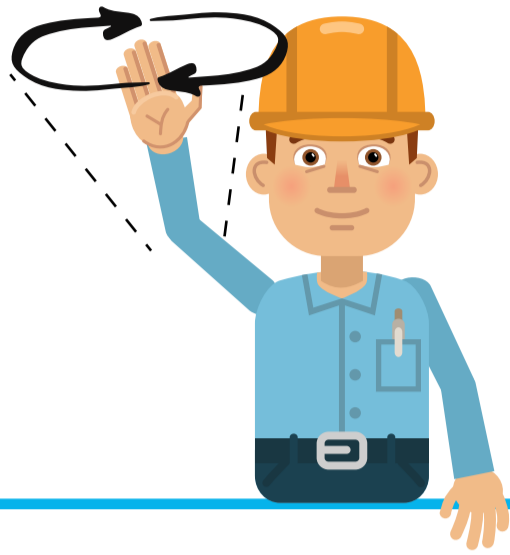


- **FIN DE OPERACIONES**

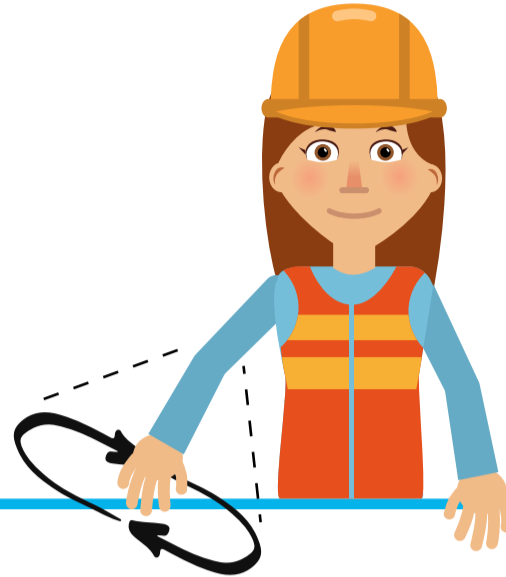


## MOVIMIENTOS VERTICALES

• IZAR



• BAJAR



• DISTANCIA VERTICAL



## MOVIMIENTOS HORIZONTALES

• AVANZAR



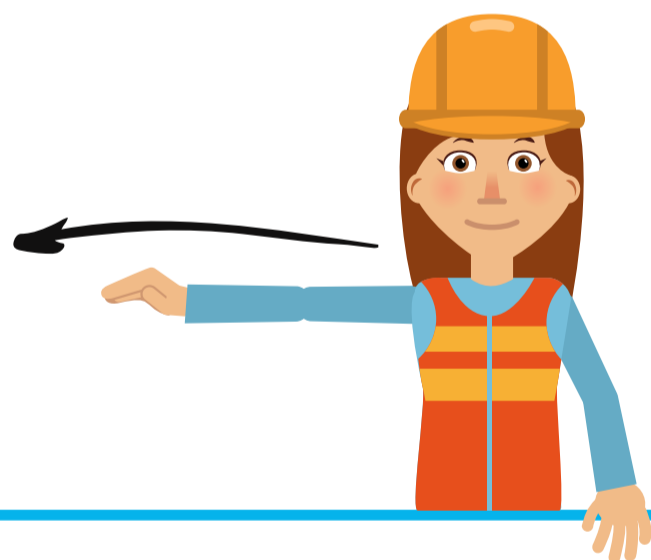
• RETROCEDER



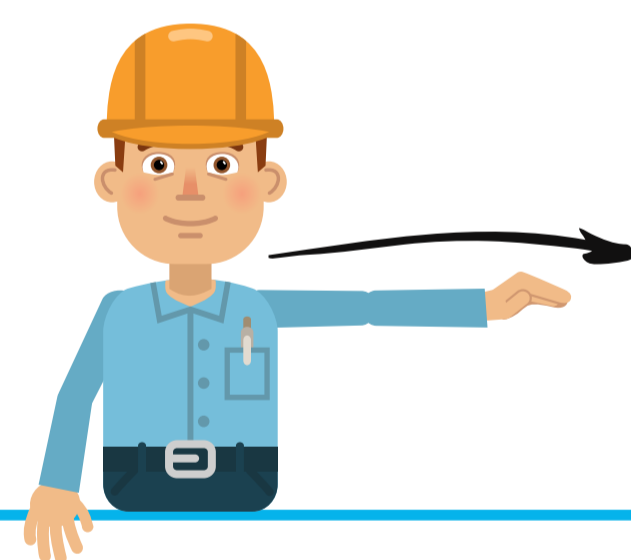
• DISTANCIA HORIZONTAL



• HACIA LA DERECHA:  
Con respecto al encargado  
de las señales



• HACIA LA IZQUIERDA:  
Con respecto al encargado  
de las señales



## PELIGRO

• RÁPIDO



• PELIGRO:  
Alto o parada de  
emergencia



• LENTO





3.5

## SI QUIERES IMPACTAR, EL TABLÓN DE ANUNCIOS DEBES COLOCAR

### NORMAS ÚTILES PARA EL BUEN USO DE LOS MURALES



Es un medio de comunicación ágil, sencillo, idóneo para informaciones inmediatas, de un único sentido (solo transmite información de la fuente hacia el receptor).

- ✗ Crear **COMISIONES O UNIDADES ORGANIZATIVAS**, formadas por miembros diferentes para realizarlo.
- ✗ Los integrantes de la comisión son los únicos encargados de **COLOCAR Y RETIRAR** las **INFORMACIONES**.
- ✗ Poner en conocimiento a los compañeros lo **APUNTADO ANTERIORMENTE** para evitar que cada uno ponga su propio cartel.
- ✗ **EVITAR INFORMACIONES EN LOS ALREDEDORES** del mural.
- ✗ La forma más cómoda para la lectura es la **RECTANGULAR**.
- ✗ El tamaño idóneo del mural es **89 CM POR 208CM** de ancho.
- ✗ Colocarlos en **LUGARES CÉNTRICOS** (lugares de estacionamiento, de espera o en vías de circulación por donde pasan habitualmente). las entradas son un buen sitio.

3.6

## SI QUIERES IMPACTAR, EL TABLÓN DE ANUNCIOS DEBES DECORAR

### NORMAS ÚTILES PARA LA BUENA COMUNICACIÓN DE LOS MURALES



Es un medio de comunicación muy útil si se utiliza de forma inteligente. Los colores, las formas, los tamaños, y las dosis de información, son importantes.

- ✗ Es aconsejable que sea de **COLOR CLARO**, de poca intensidad y que contraste con los materiales.
- ✗ Los **BORDES** deben tener un **COLOR DISTINTO** y se pueden cubrir con cristal o techar si están en el exterior.
- ✗ La **ILUMINACIÓN** debe ser adecuada.
- ✗ Utilizar **COLORES INTENSOS** en textos y dibujos, carteles grandes, **FRASES SUBRAYADAS** y titulares con letras grandes.
- ✗ **MODIFICAR SU CONTENIDO** en un tiempo prudencial (mejor vacíos que con noticias pasadas).
- ✗ **REPETIR VARIAS VECES LAS NOTICIAS** para ganar atención, pero con pequeñas variaciones.
- ✗ Si la información es diferente a la habitual, poner las informaciones de una manera novedosa para acaparar la atención.