



L'importanza della comunicazione in azienda per la Sicurezza

La sicurezza dei lavoratori e delle lavoratrici, nonché la prevenzione degli incidenti e degli infortuni, dovrebbero essere al primo posto per tutti. Purtroppo, le statistiche di questi ultimi mesi non sono esattamente di conforto a questa nozione.

Chi opera in questo campo sa benissimo che la sicurezza non è data solo da attrezzature e DPI all'avanguardia, ma è fatta soprattutto dalle persone. Se lavoratori e lavoratrici, a qualunque livello, non credono fermamente che le procedure per la prevenzione dell'infortunio e per la sicurezza quotidiana siano effettivamente ciò che porta tutti sani e salvi e casa dopo il proprio turno, a poco servono documenti perfetti e slogan altisonanti. In altre parole, se la sicurezza non è un valore intimamente condiviso da tutti, il cambiamento è davvero difficile. Come fare, dunque?

Fermo restando che il primo blocco aziendale ad introiettare i valori della sicurezza deve necessariamente essere quello dirigenziale, perché senza supporto istituzionale il cambiamento è molto difficoltoso, la psicologia della comunicazione e della persuasione sono un ottimo alleato. L'assunto base è che ricordiamo meglio e con più vividezza fatti o avvenimenti associati ad una carica emotiva

piuttosto forte. Questo vale sia per emozioni spiacevoli (per es. paura) che per emozioni piacevoli (per es. gioia). Sappiamo anche, come è ragionevole pensare, che tendenzialmente non amiamo ricordare eventi che ci fanno provare emozioni spiacevoli, pertanto una formazione esageratamente centrata (come ho visto purtroppo accadere) sulle conseguenze tragiche del non rispettare le regole di sicurezza, potrebbe avere addirittura l'effetto contrario di quello desiderato.

Come fare, dunque, per mettere in atto una comunicazione persuasiva che aiuti a introiettare la sicurezza come valore personale?

Un modello interessante di comunicazione persuasiva è quello elaborato nel 1986 dai ricercatori John T. Cacioppo e Richard Petty e il loro Modello della Probabilità di Elaborazione" (ELM). Secondo Petty & Cacioppo gli esseri umani sono dei "risparmiatori cognitivi", ovvero cerchiamo di elaborare gli stimoli e prendere decisioni con il minimo dispendio energetico – e proviamo a pensare quanto questo possa essere difficile nel mondo contemporaneo in cui siamo bombardati da un numero spropositato di stimoli (social media) e teorie completamente contrastanti (fake news). Secondi i due studiosi, la comunicazione persuasiva può seguire due vie di elaborazione: quella centrale e quella periferica.



La prima, quella che porta ad un cambiamento profondo e duraturo, si basa sulla capacità di chi riceve il messaggio di elaborare attivamente ciò che viene comunicato, accompagnata da analisi e riflessione. La seconda, quella periferica, è caratterizzata da una minore capacità di analisi e rielaborazione da parte del ricevente, con una maggiore attenzione agli aspetti superficiali e formali del messaggio.

In un mondo ideale, chi si occupa della formazione in ambito di sicurezza desidererebbe avere tra i suoi discenti persone predisposte ad una elaborazione centrale. Per mille motivi, che poco hanno a che fare con la reale motivazione dei lavoratori e lavoratrici, e molto di più con altri fattori contestuali, nella nostra esperienza è molto difficile che ciò avvenga.

Se vogliamo davvero che la formazione sulla sicurezza dei lavoratori funzioni in maniera efficace dobbiamo abbandonare le obsolete, noiose, aule in cui si pretende che degli adulti assorbano passivamente quantità abnormi di numeri ed informazioni stando fermi immobili su delle sedie, e concentrarci su una formazione che alla teoria affianchi la pratica, che sia quindi un vero addestramento: interessante, esperienziale, applicabile nella vita di tutti i giorni.

Certo, questa seconda proposta è più faticosa e richiede maggiore preparazione, ma ne vale decisamente la pena se questo rende i nostri ambienti di lavoro e i lavoratori stessi più sicuri.

■ Sara Colognesi