PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 10 - numero 1945 di mercoledì 21 maggio 2008

Il D.Lgs 81/08 e la didattica multimediale

Didattica multimediale, il modello più in linea con il Testo Unico per formazione e informazione dei lavoratori? La promozione della cultura della sicurezza in Italia. L'editoriale del direttore di PuntoSicuro L. M. Meroni.

Pubblicità

È necessario un mea culpa in Italia: i modelli didattici sulla sicurezza sono sbagliati e vanno cambiati

L'obiettivo del Testo Unico sulla Sicurezza (d.lgs. 81/08) è uno solo: migliorare la sicurezza nei luoghi di lavoro.
Il risultato di tale miglioramento dovrebbe essere misurato con una diminuzione degli infortuni. Perché dall'uscita della 626 nel 1994, con tutti i miliardi di euro spesi, gli infortuni non sono diminuiti drasticamente?
Nonostante la fortissima delocalizzazione produttiva di tante imprese manufatturiere che hanno spostato all'estero le attività più a rischio.
Nonostante il miglioramento tecnologico che ha reso le macchine e le lavorazioni più sicure.
Nonostante tutti i soldi per l'innalzamento dei livelli di sicurezza spesi dal 1994 da tutti i soggetti coinvolti, perché gli infortuni non sono diminuiti drasticamente?

---- L'articolo continua dopo la pubblicità ----

La risposta è una e una soltanto. Ed è quella con cui tutti si riempiono la bocca oggi, non sapendo che cosa dire. Lo dicono tutti: esperti, sindacalisti, imprenditori, politici, funzionari pubblici: **va fatta formazione sulla sicurezza**. Va diffusa una maggiore cultura della sicurezza. Ovvero, il significato di tale frase è: fino ad oggi NON si è fatta cultura della sicurezza.
Che novità incredibile... Ma non doveva essere obbligatorio fino dal 1994?
Nessuno si è mai chiesto che, forse, i modelli didattici utilizzati in Italia per fare formazione sulla sicurezza sono sbagliati?

Nessuno che metta in dubbio i sistemi e che proponga: facciamo qualcosa di nuovo per rendere i lavoratori più sicuri.

Nel testo unico un barlume di speranza esiste. Si dice che la formazione non basta erogarla e verificarla; è anche necessaria una verifica a posteriori dell'efficacia della stessa sui comportamenti. Ovvero se un operaio, nonostante i corsi e le verifiche poi non fa quello che gli è stato spiegato, il processo formativo verrà ritenuto inefficacie, quindi inutile. Quindi da rifarsi.

La Repubblica e L'Espresso hanno pubblicato il 1° Maggio un importante lavoro video sulla tragedia ThyssenKrupp.
Un documentario su DVD che era in vendita a 9 euro in più rispetto al costo del giornale. Un lavoro di eccezionale portata didattica con analisi tecniche, approfondimenti, epilogo, interviste alle famiglie, implicazioni legali.

Bene, mi fa purtroppo un grande dispiacere comunicare il fatto che, nonostante le centinaia di persone con cui siamo in contatto e che di mestiere si occupano di sicurezza, NESSUNO e sottolineo, nessuno ha visto questo lavoro. Mi chiedo quante siano state le copie che il Gruppo Editoriale L'Espresso abbia venduto se questo è stato il successo fra gli addetti alla sicurezza.

Questo inciso per sottolineare un concetto, dato il punto di vista particolare con cui vediamo il mercato dalla nostra postazione della redazione di PuntoSicuro: in Italia manca assolutamente la sensibilità verso gli strumenti didattici e la loro efficacia nel processo formativo sulla sicurezza. Manca a tutti i livelli: istituzionali in primis (con affermazioni che vorrebbero porre il nostro pese nel terzo mondo dimenticando che siamo componente del G8) e operativi in seconda battuta.

Quanti spot televisivi sulla sicurezza sul lavoro sono stati trasmessi? In quanti hanno visto "Pubblicità Progresso" sulla sicurezza sul lavoro? Trasmissioni radiofoniche sulla sicurezza? Articoli o servizi di informazione che facessero un minimo di approfondimento dopo un infortunio sulle cause invece che dare solo la fredda notizia sulla cronaca?

È indiscusso il principio che una efficace comunicazione multimediale sia il migliore strumento per incidere sul cambiamento dei comportamenti.
Molto più efficace rispetto alle parole. Infinitamente più efficace rispetto ai testi scritti. Soprattutto per quei messaggi che debbono determinare cambiamenti comportamentali e debbono quindi essere incisivi sulla sfera emotiva delle persone. Sulle emozioni. Tutti noi ricordiamo bene le cose che ci hanno emozionato. Le altre non ci lasciano traccia in memoria. Figuriamoci se ci cambiano i comportamenti.

L'esempio più concreto ed eclatante di tale affermazione è l'analisi delle tecniche di vendita dei beni di largo consumo.
Come vende la Barilla? (gli esempi potrebbero essere centinaia). Vende principalmente con uno strumento: la comunicazione televisiva (ergo multimediale). Ci bombarda tutti di spot, da trent'anni e oltre. E i risultati ci sono. I comportamenti si avverano. Gli scaffali si svuotano dalle scatole di prodotti.

Per tornare a noi, il Testo Unico prevede che "Il contenuto dell'informazione deve essere facilmente comprensibile per i lavoratori e deve consentire loro di acquisire le relative conoscenze." Quale contenuto è più facilmente comprensibile di un contenuto che utilizza il linguaggio più diffuso e a cui tutti fanno riferimento, ovvero il linguaggio televisivo?

Ecco perché l'auspicio è che in Italia cambi qualcosa nell'ambito della formazione e che si diffonda maggiormente la consapevolezza che servono idee nuove, metodologie didattiche nuove. Ben venga quindi ogni innovazione e un plauso va fatto a coloro che sperimentano e fanno seria promozione (scusandoci fin da ora per eventuali involontarie esclusioni):

- a Firas-spp che ha lanciato in questi giorni la prima web tv italiana sulla sicurezza (http://www.canale626.it/)
- a Polistudio che ha autofinanziato un cortometraggio per diffondere la consapevolezza di cosa sta dietro ad un infortunio (2500)
- al Gruppo Editoriale L'Espresso che ha realizzato il documentario sulla tragedia Thyssen diffuso il 1° Maggio
- ad Aifos e all'Università di Modena e Reggio Emilia che hanno promosso con serietà la formazione a distanza sulla sicurezza
- alla Fiera di Brescia, che ha inventato Expo SicuraMente, la prima fiera italiana incentrata sugli aspetti culturali della sicurezza
- alla ASL di Modena che promuove il concorso "Inform@zione", per premiare i migliori materiali didattici sulla sicurezza
- al CPTO di Bologna che porta avanti con regolarità e grande creatività le sue trasmissioni didattiche sulla sicurezza nei cantieri
- l' ANMIL per la sua campagna sulla sicurezza sul lavoro lanciata in occasione del 1° Maggio
- a Inca-Cgil per la la campagna di comunicazione "Lavoro insicuro? Vincano i diritti"
- al regista Pasquale Squitieri e all'organismo paritetico per la sicurezza nei cantieri edili di Salerno per realizzazione di una serie di spot nell'ambito di una campagna audiovisiva per la prevenzione degli incidenti e la tutela del lavoro
- alla Fondazione Pubblicità Progresso per la campagna di comunicazione per la sicurezza sul lavoro "Usare la testa si deve, evitare la croce si può"
- infine anche a noi stessi, a PuntoSicuro, che ogni giorno diffonde informazioni e buone pratiche sulla sicurezza

L'Italia ha davvero bisogno di una maggiore cultura della sicurezza. Ma a tutti i livelli, non solo a quelli in cui si perde la vita a causa dei rischi del lavoro.

Luigi Matteo Meroni
Direttore di PuntoSicuro

Questo articolo è pubblicato sotto una Licenza Creative Commons.

www.puntosicuro.it