

**CENTRO DE ASISTENCIA TÉCNICA Y APOYO A EMPRESAS EN PREVENCIÓN DE RIESGOS  
LABORALES**

**Storytelling aplicado a la Prevención de Riesgos Laborales**

El Storytelling o el arte de contar historias es una herramienta que se cataliza al combinarla con los formatos visuales (imágenes y video) y que permite enganchar a la gente y hacer del contenido algo mucho más fácil de digerir y agradable de consumir. Por lo tanto, al aplicar esta técnica a la gestión de la prevención de riesgos laborales podríamos lograr que los trabajadores se interesen más en los temas que queremos transmitirle, y lo más importante, hacer que su mensaje quede grabado en sus mentes.

En Marketing es una técnica que consiste en conectar con tus usuarios, ya sea a viva voz, por escrito, o a través de una historia con su personaje y su trama.

Esta capacidad de contar historias, así como el arte que va asociado a ésta, es de las más antiguas que existen: conectar emocionalmente a través de una historia, dejar que te lleguen y toquen el corazón y la cabeza, el cuerpo y el espíritu: lo racional y lo instintivo.

El storytelling siempre ha sido una técnica muy utilizada en el Marketing tradicional. Y ahora que la comunicación con el público es online, el storytelling se adapta perfectamente al medio, demostrando que también a través de Internet consigue apelar al lado emocional de las personas, generando así la relación de confianza y fidelidad que todas las marcas buscan .

Resulta efectiva como herramienta para abrir una cuestión en discursos que requieren preparar un poco el terreno, hacer que la personas se sientan de una determinada manera para que reciban el mensaje de forma óptima.

A raíz de la implementación de las normas ISO se extendió el uso de documentos para evidenciar la gestión. A través de OHSAS 18001 esta práctica llegó a la Prevención de Riesgos Laborales. La mayoría de los documentos que se usan para informar a los trabajadores sobre las medidas para prevenir accidentes o enfermedades ocupacionales son textos rígidos, de varias páginas, hechos en Word y que requieren de mucho tiempo para su lectura y comprensión.

Las paredes de las empresas están llenas de políticas y avisos de prevención que nadie mira y los puestos de trabajo están llenos de procedimientos, instructivos y manuales que nadie lee. Si queremos lograr que los trabajadores asimilen adecuadamente el mensaje que le queremos transmitir, tendremos que:

- Cambiar la forma en que comunicamos los temas de prevención de riesgos laborales.
- Mejorar el mecanismo de transmisión de información.



- Buscar estrategias que atraigan la atención del trabajador al mensaje que le queremos enseñar y logren impactar en él.

Una técnica que está dando buenos resultados en otros sectores como la educación y el marketing, es el Storytelling, conocido también como Narrativa Transmedia. Fue Henry Jenkins (sociólogo y académico del MIT) quien planteó este concepto el año 2003 con el objetivo de definir la técnica narrativa basada en la creación de historias que se desarrollan a través de múltiples medios y plataformas, integrando experiencias de carácter interactivo.