

Revistas de empresa: discursos e imágenes de salud laboral en la Asturias franquista

Ovidio Fernández Arbas

Universidad de Oviedo (España). ovidioarbas@gmail.com

Resumen

En España, a través de las revistas de empresa que fueron surgiendo a partir de la década de los años 50 del siglo pasado, la salud laboral cobró una nueva y notable importancia en cuanto a su proceso divulgativo entre gran parte de la población trabajadora se refiere. Asturias es un ejemplo, a través de las diversas revistas editadas en esta región por empresas de carácter minero e industrial en aquella época, tanto de las impregnaciones ideológicas como de los modos y maneras en que fue elaborado este primer y continuado discurso protector desde una óptica enteramente empresarial.

Palabras clave: Revistas de empresa, salud laboral, productividad.

Company Magazines: Discourses of Occupational Health Along Spanish Dictatorship in Asturias

Abstract

In Spain, through company magazines that emerged from the decade of the 50s of last century, safety and health at work started to have a new and remarkable importance in their communication process for workers. Asturias, northern Spanish region with a mining and industrial

character at that time, is an example through some company magazines published. It was the first protection speech, from a entirely business perspective, with an ideological impregnation and their ways and means.

Keywords: Company Magazines, occupational health, productivity.

1. JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA

Aún hoy resulta relativamente desconocido el papel jugado por las revistas de empresa en España durante el Régimen franquista en cuanto a la divulgación, formación e información de toda la amplia temática relacionada con la seguridad, higiene y salud laboral de una determinada población trabajadora al servicio de esas mismas empresas que patrocinaron tales publicaciones. Profundizar en los inicios de esa “popularización” en cuanto a la divulgación de los contenidos de una seguridad y salud laboral es el objetivo del presente trabajo.

Debido a las privilegiadas circunstancias socioeconómicas e industriales de la época, Asturias resulta una región que para los años estudiados se ofrece de máximo interés, toda vez que en esta provincia existió una abundante masa obrera de carácter industrial y, al mismo tiempo, un número apreciable de empresas de magnitudes significativas dentro de sectores estratégicos para la economía nacional. La aparición de las revistas de empresa en este contexto posibilita conocer cuáles fueron las primeras articulaciones de un discurso elaborado por las gerencias empresariales y destinado exclusivamente para sus propios trabajadores.

2. METODOLOGÍA EMPLEADA

El artículo que aquí se presenta ha sido elaborado siguiendo una técnica específica a fin de explorar y sistematizar información impresa. Para ello se ha hecho uso del denominado Análisis de Contenido que, como metodología, se ha empleado desde su vertiente más cualitativa. La investigación social, en términos generales, puede realizarse siguiendo dos métodos diferentes: por un lado la observación directa de la realidad social por medio de entrevistas, encuestas, cuestionarios y observación participante, por otro lado existe una técnica “indirecta”, en la cual el análisis de esa realidad social se efectúa mediante observación y el análisis documental de un material impreso producido en el seno de una sociedad. Así, esta técnica denominada “indirecta” ya que se tiene con-

tacto con los individuos, grupos o instituciones solo mediante los resultados de sus producciones, es decir, con los documentos de los cuales se puede extraer información es la utilizada en la presente investigación. De igual manera, haber empleado un análisis de contenido “indirecto” de orientación cualitativa implica la utilización de un tipo de análisis documental que persigue y permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido; de igual modo facilita la investigador extraer el contenido latente que estaría escondido detrás del contenido manifiesto, así como recurrir a una interpretación del sentido de los elementos, de su frecuencia, de sus asociaciones, etc.

Con el fin de acotar el tema de investigación se procedió en primer lugar a seleccionar las revistas de empresa publicadas en Asturias durante las décadas de los años 50 y 60 y cuya consulta fuera posible. Se consiguió examinar, haciendo un vaciado completo de las mismas, todos los números de las revistas *La Mina* y *Ensidesa*. Ello supone haber podido realizar un seguimiento longitudinal de más de quince años para la primera y casi de doce en el caso de la segunda, con una aparición mensual para ambas revistas. La revista *Zinc* fue examinada para el año 1961, *Candil* lo fue para el período 1961-1966, *Pico Polio* el comprendido entre 1956-1962, el *Boletín* correspondiente a Carbones de la Nueva entre 1957-1966, la revista *Nitrógeno* entre los años 1958-1965 y la revista correspondiente a la empresa minera Hunosa –*Hulla*– lo fue en el transcurso de los años 1969-1972.

A continuación se identifican los pasos dados acompañados de la metodología elegida (Gómez Mendoza, 2000) para el examen de las revistas anteriormente citadas: a) el análisis previo o la lectura de documentos que, mediante lo que se conoce generalmente como “lectura flotante” posibilita el nacimiento de hipótesis al dejarse impregnar por el material a analizar; b) los documentos fueron desglosados en unidades de significación, para posteriormente ser clasificados dentro de categorías bien definidas. Se agruparon en estas categorías las unidades de información más significativas que fueron extraídos de los documentos, en este caso de las revistas consultadas.

En cuanto a las ventajas y desventajas del análisis de contenido no debe olvidarse, tal y como Miguel Ángel Gómez señala (Gómez Mendoza, 2000) que éste tiene sus límites. Un análisis de contenido no permitirá jamás restituir la totalidad de los significados posibles de un material; implica necesariamente una elección, pero no obstante permite un méto-

do “no reactivo” de recolección de datos, además de mostrarse muy adecuado para el análisis de un material no estructurado, permitiendo una riqueza interpretativa muy variada: las palabras, las expresiones, los estilos artísticos –y humorísticos añadimos nosotros- simbolizan la manera de hacer y de pensar de las gentes de un lugar, de una época y de una cultura dadas.

3. PRENSA ESCRITA DE EMPRESA: CONCEPTO, NOTAS Y CARACTERÍSTICAS

Las revistas, boletines o periódicos de empresa –pues de todas estas maneras fueron denominadas– conocieron en España una proliferación sin precedentes a partir de mediados los años 50 y 60 del pasado siglo, fechas en las que se asiste al nacimiento de la mayor parte de ellas. Al margen de los distintos rótulos adoptados por este tipo de prensa escrita, lo cierto es que estas publicaciones –que aquí llamaremos genéricamente revistas de empresa– presentaron unas muy similares intenciones, fines y contenidos y ello pese a que en principio, paradójicamente, cada una de las mismas respondía a los muy particulares intereses de cada empresa editora así como de cada una de sus potenciales y respectivas audiencias.

A modo de concepto introductorio podemos entender las revistas de empresa como unas publicaciones de prensa escrita, de aparición periódica generalmente mensual –aunque con diversas excepciones– y de carácter especializado. Esta especialización les venía dada doblemente, tanto por sus contenidos como por sus seleccionados lectores lo que hacía de cada una de aquéllas, por su propia naturaleza, se convirtiera en *revista interna* (House organ) como nota más firmemente definitiva. Por ello toda esta clase de revistas estaban concebidas siguiendo un mismo genérico criterio: servir de vínculo comunicativo entre cada individual empresa, sus propios y respectivos trabajadores y, por extensión, sus correspondientes familias.

La función comunicativa de esta clase de revistas trataba de abarcar un amplio registro. Así se pueden enumerar las de informar, persuadir, promover, fomentar, formar, opinar, educar y entretener. Con tales fines cada una de ellas –con mejor o peor fortuna en su empeño– desplegaron toda una serie de contenidos con el objetivo de alcanzar las anteriores metas y poder asegurar de esta manera un mínimo interés en su lectura.

A diferencia del periódico o del diario tradicional –orientados a ofrecer noticias de la actualidad más o menos inmediatas y que abarcaban todo el espectro noticiable– las revistas de empresa ofrecían un recorrido por los sucesos en un período temporal más dilatado y con una temática relativamente más intemporal. Del mismo modo se recogían exclusivamente las noticias –sucedidas durante el lapso de tiempo que transcurría entre la aparición de los diferentes números–, que se juzgaba eran de interés más próximo y conveniente para sus trabajadores, sin que tuviese cabida tanto la opinión como la información crítica de índole política, institucional o de mero carácter reivindicativo. Respecto al clásico boletín –a pesar de compartir nombre en algunos casos– el cual aparecía como una publicación generalmente centrada en un tema principal que era del interés general de sus suscriptores, la revista de empresa comprendía una mayor variedad, tanto en temáticas y contenidos como en cuanto al plantel de redactores y colaboradores.

Además, la revista de empresa en sus contenidos aspiraba a conservar más vigencia que otras publicaciones que estaban más sometidas al momento informativo puntual. Aunque desde sus páginas no se abandonaba el tratamiento de asuntos inmediatos, sí se preocupaba de que éstos estuviesen debidamente filtrados y expurgados de sus posibles aristas o interpretaciones críticas.

4. FINALIDADES Y CONTENIDOS

4.1. Discursos y teorizaciones sobre sus finalidades

Las razones del nacimiento de las múltiples publicaciones englobadas bajo el concepto de revistas de empresa en modo alguno respondieron a meros caprichos de sus respectivas direcciones o gerencias o a impulsos voluntaristas más o menos de signo personal. Bien al contrario, todas las empresas responsables de dar vida a este tipo de publicaciones internas fueron desde sus mismos comienzos bien conscientes del papel que las mismas debían y podían jugar. Se las consideraba –ya desde su mismo diseño– como instrumentos altamente valiosos en el logro de unas metas previamente propuestas desde unas posiciones que no eran precisamente las coincidentes con sus potenciales lectores.

Desde las páginas de Fomento Social, ya en el año 1951, Luis Sobrero ca señalaba que el trabajador se encontraba “*mecanizado*” a sí mismo, además de encontrarse distanciado de su patrono y de sus propios compañeros de trabajo, lo cual le originaba que se encerrase “en sus propias miserias y entretanto su corazón se va agriando, la voluntad se resquebraja y el odio anida en un alma creada para amar.” (Sobrero ca, 1951:199). Se hacía necesario por ello —en opinión de Sobrero ca— que los vínculos entre obreros y patronos se fueran estrechando de modo más íntimo a tal efecto que pudiera llamarse a la Empresa una “*Comunidad productora*”. El remedio, a su juicio, para iniciar esta colaboración era sencillo. Se trataba de alentar la publicación de un “Boletín que venga a ser como el portavoz de los ideales, planes, alegrías, penas, actividades de cuantos pasan una gran parte de la jornada juntos (...)” (Sobrero ca, 1951: 199-200). Dos eran los fines que Luis Sobrero ca consideraba primordiales lograr a través de un Boletín de Empresa. El primero consistía en “dar a conocer la Empresa íntimamente: sus dirigentes, sus colaboradores...”, el segundo consistía en la formación. “El Boletín”, en su conjunto debía convertir la empresa en una gran familia y, consiguientemente con este postulado, en ella “contarse unos a otros sus alegrías tanto como sus penas, los mayores formar a los pequeños y que en el mismo se hable no sólo de los problemas del trabajo, sino también de la salud, higiene, deporte...” (Sobrero ca, 1951: 200). Las anteriores consideraciones puede parecer que todavía se mueven desde la órbita de un cierto paternalismo empresarial remitiendo a una innombrable lucha de clases y explicitando el remedio que puede ayudar en su mitigación. Estamos en suma, con Luis Sobrero ca, transitando todavía sobre una teorización del papel a jugar por la revista de empresa que se concibe como instrumento que contribuye a forjar y anudar lazos de carácter familiar, esto es, relaciones asimétricas y escasamente transitivas, pero que se encuentran teñidas todavía del discurso paternalista que impregnó algunas actuaciones empresariales desde comienzos del último tercio del siglo XIX y principios del XX en nuestro país.

Más actual el discurso, pero con similares justificaciones, son las razones que se exponían desde las páginas de la revista *Zinc*, perteneciente a la empresa de la Real Compañía Asturiana de Minas. En el editorial de su nº 2 se decía,

Zinc no ha salido a la luz para divertirnos simplemente, o que nuestra Empresa pueda ratificar —una vez más— esa titulari-

dad de centro modelo que tan justa y suficientemente tiene acreditada. Zinc ha sido concebida con una finalidad más tangible, más concreta y específica: la de llegar a ser un vehículo eficaz de camaradería, de amistad, de comunidad, dentro del ámbito de nuestra Empresa. La de llegar a ser, en definitiva, un instrumento para dialogar y entendernos (Zinc, 1960: 1).

Más científica resulta la teorización que González Páramo realiza en el año 1959 acerca del papel que debe desempeñar la revista de empresa. Para este autor todo grupo humano, y la empresa forma uno fundamental, se constituye mediante un objetivo común y para alcanzarlo se hace necesario un triple instrumental: 1) Saber, 2) Poder y, 3) Querer. Con el primero se logra que todos sus miembros sepan (*información inmediata, información mediata o formación*); con el segundo que todos sus miembros puedan realizar lo que les conviene, “un tener instrucciones, saber cuáles son, dónde están y cómo se alcanzan”; con el tercero que todos quieran. El querer resulta “imposible sin una motivación, sin un clima humano que solo puede surgir de un sistema de comunicación bien establecido” (González Páramo, 1959: 285).

Estas razones anteriores —a diferencia de las expuestas por Sobre-roca— ya no estarán basadas en un intento de pacificar las relaciones sociales en el seno de la empresa apelando a una añoradas y artificiosas raíces de índole familiar sino “bien respaldadas por estadísticas y comprobaciones realizadas mediante pacientes estudios que costaron años a los psicólogos industriales” (González Páramo, 1959: 285). Sin un buen sistema de comunicación, para Páramo resulta evidente y hasta banal que resulte “metafísicamente imposible que surjan lazos de unión, afecto, intereses o amor” (González Páramo, 1959: 285). Del mismo modo la revista de empresa serviría —seguirá exponiendo Páramo— para dar a conocer las Relaciones Humanas, entendidas éstas como conjunto de técnicas psico-sociológicas, toda vez que encuentran “en la revista de empresa un medio de difusión y un instrumento de su espíritu”. En la revista o periódico de empresa su principal finalidad se puede resumir —señala— en motivar al grupo hacia la consecución del objetivo común por medio de la información. Pero a su vez, esta finalidad primaria debe ser diversificada en otras secundarias que, igualmente, nos acercarian a dicho objetivo, pues además de su misión informativa puede desempeñar otros fines muy loables:

Puede ser un instrumento de educación psicológica, de educación técnica, de educación laboral, de educación social.

Puede ser un órgano de formación de las familias y de los colegas de los trabajadores.

Puede ser un instrumento de seguridad en el trabajo, un instrumento de los intereses generales de la empresa, un medio para conseguir el espíritu de cuerpo y el espíritu de grupo necesario para la coordinación y la colaboración (González Páramo, 1959: 286-287).

Desde la revista *Candil*, perteneciente a la empresa minera asturiana Hulleras del Turón y a través de la página de su editorial, se señalaba su misión la cual se encontraba debidamente avalada por su correspondiente estudio científico:

Todos los especialistas y técnicos en psicología y sociología industrial dan al periódico de empresa la máxima importancia. Según ellos, este es el medio de información mejor pensado de todos cuantos existen, y junto al buzón de iniciativas es la forma más viva del verdadero entendimiento entre todos los extractos [sic] sociales. (...) La entrevista, la encuesta, la clara exposición de la idea individual, tienen en el periódico de empresa el más perfecto órgano informativo (*Candil*, nº 21. 1966).

Ahora bien, tras la enumeración de estos objetivos –abundantemente teorizados por demás– lo que en verdad latía como finalidad prioritaria no era otra que la consecución de un clima laboral en el cual la conflictividad no aflorase sino en su mínima expresión y que las nuevas racionalidades de la Organización Científica del Trabajo, entiéndase bajo tal expresión las Relaciones Humanas así como las mediciones de tiempos y controles de actividades, pudieran ser debidamente divulgadas, aceptadas e interiorizadas por los trabajadores.

En fino análisis y abundando en lo anterior, el historiador José Sierra constata que este tipo de revistas –y para la época aquí estudiada– servían de inmejorable correa de transmisión de unas prácticas gerenciales como las que suponían las llamadas relaciones humanas. Estas prácticas son vistas por Sierra como un antídoto –no ya frente a los conflictos laborales colectivos y abiertos, excluidos por la normativa

laboral del franquismo— “sino ante las resistencias obreras, individuales o informales, a la rápida e intensa implementación de las técnicas tayloristas y, con un peso que está por determinar en España (...) bedauxianas” (Sierra, 2011:126).

La ya señalada relevancia de esta prensa interna a partir de los años 50 no parece obedecer pues, en su motivación última, a otra razón que la de servir de portavoz del despliegue —que en esas fechas trataban de incorporar dentro de sus prácticas gerenciales un buen número de empresas— de doctrina y estrategias de lo que se conocía como relaciones humanas. Sierra de nuevo señala que esta motivación estaba guiada “por el deseo de minorar los riesgos conflictuales de los incrementos de productividad a los que se aspiraba mediante la introducción autoritaria de los procedimientos tayloristas” (Sierra, 2011: 127).

4.2. Discursos y teorizaciones sobre sus contenidos

Al igual que los fines, a que toda revista de empresa debía dirigirse y tratar de alcanzar, sus contenidos fueron de la misma manera cumplidamente teorizados. A través de los mismos se intentó lograr que las metas gerenciales propuestas pudieran llegar a materializarse debidamente.

Si estas metas empresariales no en vano eran igualmente coincidentes desde sus respectivos intereses, nada extraño entonces que la mayor parte de las revistas de esta especie hubiesen adoptado unos contenidos muy similares entre sí. Éstos, asimismo, también fueron objeto de enumeración y análisis. Escuchamos de nuevo a Luis Sobrero —ahora señalando los deseables contenidos para este tipo de publicaciones—:

No conviene olvidar una sección de noticiario de Bodas, Natales; Primeras Comuniones, Onomástica, Defunciones y un capítulo de “Varias” que reseñe éxitos insospechados, visitantes ilustres, etc. Otras secciones pueden ser de carácter formativo, que expliquen la legislación social, especialmente aquellos puntos menos comprendidos por el trabajador, o más complicados. Del aspecto religioso no conviene en ningún modo olvidarse, aunque no siempre convendrá enfrentarse directamente con él (Sobrero, 1951:201).

El movimiento de personal, comprendiendo las entradas, bajas y ascensos, así como el funcionamiento de los servicios sociales que estén implantados en las empresas, además de concursos variados y una pági-

na de humor serían otros contenidos igualmente interesantes en opinión de Sobrero. Otro punto importante —que no se debía olvidar recoger a su juicio— lo constituían las opiniones o encuestas sobre la misma revista o los servicios sociales de la empresa o sobre el mismo trabajo, ya que,

contribuyen a eliminar los roces, pues a los de arriba, al conocer cómo sienten los de abajo, les es más fácil con buena voluntad procurar satisfacer sus necesidades y deseos, mientras que los de abajo, al verse comprendidos y tratados con confianza, deponen las injustas demandas y se entregan con empeño a hacer de su EMPRESA la primera de su patria y aún del mundo (Sobrero, 1951 : 201).

No obstante, proseguir Sobrero, sería contraproducente el proceder a reformar las mentes de los trabajadores con artículos o comentarios de doble sentido sobre materias delicadas. En general —concluirá— la normas sobre sus posibles contenidos quedará fundamentada en que las revistas deberán poder ponerse en manos de cualquier miembro de la familia del productor, “sin que reciba daño alguno y sí muchos bienes” (Sobrero, 1951 : 202). De similar opinión sería Eliseo Sastre, Delegado Provincial de Sindicatos en Asturias, quien aprovechando la presidencia de la primera asamblea de publicaciones de empresas de Asturias, celebrada en la casa sindical en Oviedo en enero de 1960, dejaba consignado a propósito de lo que eran y lo que debían ser este tipo de revistas que éstas eran necesarias como medio de comunicación y cultura, definiéndolas tal y como se recogía en la crónica de dicha reunión:

como antena que recoge cuanto debe saber y conocer el productor en la industria a la que ha entregado su inteligencia y sus brazos; pero pide que se no se salga nunca de la órbita en que debe girar, haciéndola sencilla y apta para mentalidades no muy bien formadas (La Mina, 1960: 11).

De igual manera González Páramo procederá a trazar los puntos que consideraba debía de ocuparse el *periódico de empresa*. Entre ellos estaban las cifras, los gráficos y claves de producción, toda vez que, con su publicación, creía que el obrero podía llegar a sentirse legítimamente orgulloso. De la importancia del producto fabricado, sus cualidades y de su éxito en el mercado también debería ser objeto de tratamiento, así como de la participación personal del propio trabajador y de su importancia para el conjunto, recordándole que todos somos necesarios a pesar de nuestra contingencia. No

sin olvidar en absoluto una sección informativa con noticias de “la gran familia-empresa, evitando tonos paternales, porque solo conociéndonos podemos estimarnos. Noticias de los humildes, de los peones, de los mandos intermedios, de los mandos superiores, de la vida privada y familiar de cada uno” (González Páramo, 1959: 288).

Ahora bien, estos contenidos deberán formar entre sí un conjunto ágil y movido que, “en su aparente superficialidad hace que los lectores la lean fácilmente y con *el cebo de la amenidad* se le lleve directamente a las finalidades de la revista” (González Páramo, 1959: 289). Concluirá señalando los temas que debían evitarse formaran parte de su contenido: “raza, política, plagios, humorismo y religión fuera de lugar, jerarquía, trabajos peligrosos, unos por odiosos, otros por su inoportunidad o por estar fuera de lugar, otros porque dividen” (González Páramo, 1959: 289).

Tal y como se acaba de exponer, los contenidos recomendados eran múltiples y variados pero, sobre todos ellos, dos parecen ser los que se alzan como principales temas a tratar. Felipe Uría González, Director de Carbones de La Nueva, con motivo de la II Asamblea de las publicaciones de empresa de Asturias celebrada en la sede de la propia empresa el día 18 de junio de 1961, señalaba:

Una consigna quiero dejaros: que os esmeréis para llevar al ánimo de todos vuestros lectores dos temas que, por ser de actualidad, no deben regatearse medios para que fructifiquen: el uno es la prevención de los accidentes de trabajo, de los que, por desgracia, en España estamos en uno de los puestos más elevados en cuanto a su número; el otro es la productividad, o lo que es lo mismo, la conjugación armónica de todos los medios para lograr un mayor rendimiento. Ambos factores son primordiales si queremos elevar el nivel de vida y el bienestar del mundo del trabajo (Boletín de Carbones de la Nueva, n° 17, 1961: 7).

5. REVISTAS DE EMPRESA EN LA ASTURIAS DEL FRANQUISMO

5.1. Análisis genérico de sus contenidos

Será a partir de mediados de la década de los años 50 del pasado siglo cuando en Asturias diera comienzo la aparición de diversos títulos de revis-

tas de empresa. Entre las cabeceras aquí examinadas se pueden destacar las que siguen: *La Mina: Boletín del Personal de Minas de Lieres* (Solvay. Año de aparición: 1955); *Pico Polio* (Fábrica de Mieres, 1956); *Boletín Informativo de Carbones La Nueva* (Carbones de La Nueva, 1957); *Nitrógeno* (Sociedad Ibérica del Nitrógeno, ¿finales de 1957, principios de 1958?); *Candil* (Hulleras de Turón, 1961); *Ensidesa* (Ensidesa, 1959); *Zinc* (Real Compañía Asturiana de Minas, 1960) y *Hulla* (Hunosa, 1969).

Todas las anteriores, al igual que las revistas de carácter generalista —a pesar de que estas últimas persiguiesen como único fin la obtención de beneficios económicos y estuvieran dirigidas en principio a una audiencia más abierta, diversa y heterogénea—, debían asegurarse un mínimo interés en su lectura. Para ello, en la mayor parte de las mismas se trató de contar con colaboradores que, más o menos espontáneos, pudieran aportar con sus trabajos frescura y un cierto aire participativo que alejase la visión que sobre las mismas se tenía de constituir publicaciones oficialistas respecto a las empresas de referencia. A su vez, desde sus páginas se debía ofrecer la suficiente variedad temática que pudiera permitir una deseada lectura y de igual modo mostrar un interés de género y generacional que consiguiese alcanzar a la familia del trabajador.

La mayor parte de aquéllas comenzaban cada número dedicando una página a la *editorial*. Ésta servía para que las empresas fijasen en ella los respectivos discursos que hacían relación a sus mayores intenciones y preocupaciones. En una abrumadora mayoría estaban dedicadas a intentar convencer a sus respectivos obreros de las bondades que suponían introducir los nuevos métodos de racionalización productiva que giraban en torno al concepto de *productividad* así como la deseada modificación de conductas laborales de los productores —tanto de éstos entre sí como en sus relaciones con los mandos y jerarquías— a través de la doctrina de las Relaciones Humanas de importación norteamericana. De igual modo, y parejo con lo anterior, en múltiples editoriales se hacía hincapié de la importancia de la seguridad laboral para las empresas y de su compromiso para con ella.

De los acuerdos sociales alcanzados a través del Jurado de Empresa se daba cuenta puntualmente a través de una sección dedicada a tal efecto. También se ofrecían crónicas minuciosas servidas a través de abundantes reportajes gráficos de la vida socio-institucional de las empresas (visitas giradas por las gerencias a diferentes instalaciones, recepciones efectuadas a invitados ilustres, relevos en la dirección, etc.). Los deportes —sobre todo si

las empresas patrocinaban equipos en alguna modalidad deportiva— disponían asimismo de abundante espacio informativo, al igual que, en caso de disponer de Escuela de Aprendices los reportajes sobre sus diferentes actividades y logros de sus alumnos ocuparan gran espacio informativo. En caso de que se sostuvieran establecimientos educativos, también abundaban las páginas dedicadas a glosar cuantos actos solemnes y festivos se celebrasen dentro de los mismos. De igual modo no faltaban las reseñas encomiásticas dedicadas a describir tanto los equipamientos de estos centros como las trayectorias académicas de su mejor alumnado en cada curso lectivo. Si se disponía de colonias escolares, o de recreo y descanso para sus productores los reportajes gráficos así como las entrevistas con sus usuarios y encargados de su organización tampoco escaseaban aprovechando la ocasión para alabar la generosidad de la empresa en proporcionar tales servicios y prestaciones.

Otros contenidos habitualmente presentes en las páginas de estas publicaciones lo formaban las secciones dedicadas a temas religiosos y doctrinales, a seguridad e higiene laboral, a exposición de temas médicos genéricos, a noticias menudas de la vida social en torno a la empresa, a la explicación y exposición de determinados procesos productivos y/o extractivos de cada empresa, a la dinámica propiamente laboral: altas, bajas, fallecimientos y jubilaciones y a la social: nacimientos, bodas y comuniones, al humor gráfico, a la creación literaria y pasatiempos, a entrevistas con productores ejemplares a punto de jubilarse o ya jubilados de la propia empresa, a noticias curiosas del mundo, a biografías, a temas científicos del momento y a temas relacionados con el mundo femenino e infantil.

5.2. Letra e imagen de salud laboral

Resulta innegable que, hasta la aparición de las revistas de empresa, la seguridad e higiene en el trabajo dentro de los espacios laborales — en cuanto a estímulo, información, divulgación y formación se refiere— en líneas generales aparecía circunscrita a cartelería gráfica y a las disposiciones que al respecto se contenían dentro de los reglamentos de régimen interno. Los carteles se correspondían la mayor parte de las veces con los que, esporádicamente, eran enviados a las empresas en respuesta a diferentes campañas de seguridad laboral promovidas institucionalmente desde el propio Régimen. Los reglamentos se distribuían a través de cartillas impresas las cuales contenían —además de las precauciones

que se debían adoptar de índole protectora y de obligado cumplimiento—el régimen disciplinario y sancionador aplicable al respecto.

A través de un rápido recorrido por los contenidos que algunas publicaciones asturianas dedicaron a la temática de salud laboral se puede observar mejor el intento de “popularizar” esta cuestión entre los propios trabajadores. De igual modo, a través de sus páginas cobra visibilidad el intento de operar sobre unos valores, conductas y comportamientos obreros relacionados con la seguridad y salud laboral que las empresas consideraron más oportuno modificar para, debidamente transformados, se pudiese proceder a su nueva fijación y transmisión .

Aunque gran parte de estas revistas disponían de una sección en la cual la salud era tratada de forma genérica y no especialmente relacionada con su dimensión laboral, el punto de vista médico ceñido a una perspectiva del trabajo era ofrecido esporádicamente mediante artículos a título de colaboración del médico de empresa correspondiente. En ellos, el médico del trabajo reiteradamente insistía en la necesidad del uso de las prendas de protección individual en cuanto a la evitación del accidente e igualmente en la importancia de establecer una correcta alimentación a fin de disponer de las energías correspondientes para un mejor desempeño de la labor productiva.

En ocasiones, la medicina del trabajo es presentada como una auténtica panacea en la consecución de la paz social, lo cual resulta paradójico dentro de un régimen político que negaba expresamente la existencia de la lucha de clases toda vez que la guerra civil, según proclamaban los discursos del Régimen, vino a darle fin. Escuchemos la autorizada voz del Dr. José M^a Verdejo Sanz, jefe de los servicios médicos de la RCAM:

La Medicina del Trabajo es rentable. Su porvenir dependerá en gran parte de la actividad y de la conciencia de los Médicos del Trabajo y no es aventurado decir que esta Medicina es un factor, o puede serlo, de paz social ya que establece un lazo de solidaridad entre la Empresa y los trabajadores. El empresario puede decir a sus operarios que no son extraños para él, que se preocupa de su salud tanto como de la suya, que desea mejorar las condiciones de trabajo, hacerlo más fácil, menos peligroso, más humano. El trabajador puede responder que así lo comprende y que los sentimientos de humanidad que anima a la empresa no le son insensibles; que tiene conciencia de las cargas que se le imponen en interés de

ellos y que se encuentran solidarizados con la Empresa para el beneficio de todos. El día que pudiéramos oír este diálogo la lucha de clases tocará a su fin (Zinc, nº 1, 1960).

Otra sección, habitualmente debida también a la pluma del médico del trabajo, se correspondía con los procedimientos a emplear –por parte del trabajador– en caso de tener que dispensar unos primeros auxilios en caso de accidente a otro compañero, según fuesen las distintas partes del cuerpo lesionadas. Mediante una combinación de texto e ilustraciones se formaba así, siquiera rudimentariamente al obrero en las más básicas nociones de unos primeros auxilios.

Las estadísticas periódicas de accidentes, clasificadas por departamentos o explotaciones mineras junto con sus causas, encontraban puntual presencia en cada número, y en algunos casos dichos accidentes eran analizados a fin de averiguar las causas de los mismos y las medidas preventivas que, en caso de que hubieran existido, pudieron haberlos evitado. En estos análisis sistemáticamente víctimas y culpables se confunden en un mismo individuo: el trabajador.

Las ilustraciones también jugaban un importante papel en la labor preventiva. A través de su permanente presencia en cada número, se hacía especial hincapié en dos aspectos: la necesidad de emplear los equipos de protección individual (casco, guantes, arneses de seguridad...) y en hacer uso de algunos métodos seguros de trabajo (escaleras en buen estado, alerta en trabajos con electricidad, precauciones contra atrapamientos o cortes producidos por máquinas).

En la mayor parte de las empresas –con el fin de estimular el empleo de las medidas protectoras y así hacer disminuir el número de accidentes– pronto se procedió al establecimiento de competiciones internas entre los diferentes departamentos, secciones y/o explotaciones de las mismas. A tal fin regularmente era publicado el ranking posicional en el que se encontraba cada una de las anteriores y, cuando concluía la competición, se procedía al reparto de una prima económica entre los miembros ganadores o a la distribución de vales canjeables por diversas clases de electrodomésticos. El seguimiento periódico en cuanto a los resultados provisionales de la clasificación conseguía mantener un relativo interés entre los obreros por formar parte del cuadro mejor clasificado en cuanto a los accidentes evitados.

De igual modo las empresas procedían a publicitar con gran bombo el llamado *mes de la seguridad*. Básicamente consistía en la realización de esporádicas campañas de concienciación preventiva. Una vez que el mes elegido era anunciado, desde las revistas se procedía a dedicar numerosas páginas a la celebración del reto que suponía el alcanzar un mes en el que disminuyesen significativamente los ratios de accidentabilidad. Se intentaba así implicar en la campaña a los respectivos productores de cada empresa y que éstos experimentasen la sensación de encontrarse en una competición abierta en la cual, alcanzar a su término una cifra baja de lesiones y accidentes, suponía un triunfo moral por parte de todo el colectivo implicado.

Mención aparte, tanto por su valor pedagógico como por el impacto que esto podía suponer, eran las crónicas dedicadas a recoger las declaraciones de un trabajador que hubiera sufrido un accidente y de las posibles consecuencias trágicas en forma de muerte o lesiones graves e irreversibles que hubieran acompañado al mismo de no haber hecho uso de los equipos de protección individual que la empresa –y éste era un matiz siempre remarcado– le habían proporcionado en su celo protector. La imagen gráfica que se servía del casco protector abollado o de la bota de seguridad completamente desgarrada pero habiendo cumplido ambos con su cometido salvífico contribuía a reforzar la idea de una generosidad empresarial en cuanto a no reparar en gastos en este tipo de material a fin de proporcionar medios para la seguridad personal de sus miembros. Quedaba establecido de esta manera –y en las revistas sutilmente era deslizada esta idea– un recíproco compromiso moral entre obrero y empresa: ésta le protegía generosa y paternalmente (más allá de lo que se podía sentir obligada por disposición legal), debiendo aquél pagar con la misma moneda, es decir, con entrega y lealtad para con su *protector*.

La imagen, más concretamente las ilustraciones o viñetas de carácter humorístico relacionadas con temas de seguridad laboral, fue otro de los instrumentos profusamente utilizado a fin de concienciar y divulgar medidas de actuación protectora. En ellas, el trabajador casi siempre era presentado realizando una tarea de forma incorrecta o atolondrada en cuanto al procedimiento laboral a seguir o descuidada y negligente respecto al uso de prendas de protección personal y su inevitable consecuencia en forma de accidente o lesión. Las propias denominaciones de algunos de los obreros-personajes de estas viñetas o tiras humorísticas

son bien expresivas de las conductas que les son achacadas: *Don impaciencia*, *Don improvisación*, *Don inconsciencia* y *Don osadía*.

Ahora bien, a pesar de la constante presencia en cada número de una preocupación empresarial por lograr una seguridad laboral significativa, todo ello partía indefectiblemente desde la misma óptica de considerar al trabajador como el principal y directo causante en cuanto a la producción de accidentes y creación de condiciones laborales peligrosas para su salud. Se le hacía siempre responsable de todas las anteriores situaciones y de sus posibles consecuencias en forma de lesión o muerte. El papel de la empresa, bajo esta concepción de los riesgos laborales, no podía ser otro que el de un paternal consejero que, armado de infinita paciencia y nunca resignado, jamás renuncia a la “educación” de sus trabajadores en cuanto a su seguridad laboral se refiere. Mas esta labor, la propia empresa se encargará machaconamente de recordar que es llevada a cabo debido a su propia generosidad “(...) si la Factoría pide a sus hombres producción con una mano, con la otra les ofrece generosamente seguridad para lograrla. Generosamente hasta tal punto, que no quiere la primera a costa de la segunda (...)” (Ensidesa, nº 14, 1960). De este modo la empresa aparece en esta clase de discurso revestida de un halo dispensador de generosa y benevolente seguridad, a lo cual no se encuentra obligada si no fuese siguiendo el único móvil que le impulsa a ello, el de la caridad,

¿cómo no va a ser la Seguridad el mejor factor de relaciones sociales? Es la única ocasión en que os dirigis a vuestros hombres para darles todo sin pedirles nada más que os obedezcan en esto: Ayúdame a salvar tu vida y a conservarla para los tuyos ¿Creéis, Mandos que la fina sensibilidad de nuestro obrero español no aprecia esto? (Revista Ensidesa, nº 15. 1960).

6. CONCLUSIONES

Resulta imposible infravalorar el papel jugado por las revistas de empresa en cuanto a su contribución a la labor divulgativa entre parte de la población obrera industrial y minera de la temática acerca de seguridad y salud laboral.

Divulgar, formar y estimular fueron tareas que este tipo de publicaciones, en diferentes grados de compromiso e intensidad, llevaron a cabo. Sin embargo esta labor estuvo gravemente lastrada desde su prin-

cipio por diversos factores que distorsionaron un genuino desarrollo del mensaje prevencionista. Entre ellos podemos señalar el prisma exclusivamente gerencial que este tipo de discurso adoptó, lo cual encontraba su directa traducción en su permanente insistencia sobre la responsabilidad individual, esto es, del propio trabajador en cuanto a la salvaguarda de su propia seguridad y salud. La lógica perversa que acompañaba a este planteamiento era bien simple: si el propio trabajador era de sí mismo responsable, lo que pudiera sucederle sería la necesaria consecuencia de su propia conducta descuidada o negligente. Estamos pues, una vez más, ante la culpabilización de la propia víctima.

La excesiva ligazón entre seguridad y salud laboral por un lado y la ansiada búsqueda de productividad por otro impregnó el discurso de una interesada preocupación gerencial por los aspectos preventivos, y ello máxime dentro de un ciclo de cambios técnicos, sociales y organizacionales y nuevos marcos competitivos que definían reglas de juego bien diferentes a las conocidas hasta entonces. Por último, mencionar las adherencias ideológicas de tintes marcadamente paternalistas que este tipo de discursos mantuvieron. La seguridad e higiene del trabajo, la salud laboral en definitiva, fue ofrecida por las empresas a sus trabajadores más como una dávida que se correspondía con un espíritu altruista y generoso (y así se encargaban de señalarlo a través de sus publicaciones), que con lo dispuesto a través de una legislación que así las obligaba.

Referencias Bibliográficas

- GÓMEZ MENDOZA, M. A. 2000. "Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología". **Revista de Ciencias Humanas. UTP**. Colombia. Disponible en <http://www.utp.edu.co/-chumanas/revistas/rev2000/gomez.htm>. [Consultado en fecha 09/09/15].
- GONZÁLEZ PÁRAMO, J. M. 1959. "Periódicos de empresas". **Fomento Social: Revista de Sociología y de Moral Económica**. Vol. XIV. N° 55: 285-292.
- SIERRA ÁLVAREZ, J. 2011. "Relaciones Humanas en la industria y revistas de empresa: un vistazo a la España de mediados del siglo XX". **Sociología del Trabajo** 73: 124-149
- SOBREROCA, L.A. 1951. "Boletín de empresa". **Fomento Social: Revista Trimestral de Sociología y de Moral Económica**. Vol. VI. N° 21: 199-204.