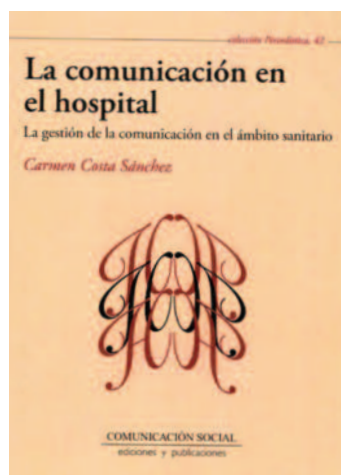


reseña



Costa Sánchez, Carmen. (2011).
La comunicación en el hospital. La gestión de la comunicación en el ámbito sanitario.
Editorial: Comunicación social
ISBN: 9788492860746
ISBN edición impresa: 9788492860739.
182 páginas.
16 euros.

Reseñado por **Juan Carlos García Morante**
Responsable de Comunicación del Hospital Gregorio Marañón.
(Madrid, España)

La comunicación y la salud son dos caras de la misma moneda, pero no por antagonistas, sino más bien por todo lo contrario, dado que forman parte de una misma realidad que tiene lugar en el entorno sanitario. Este binomio indisoluble es la base del acto sanitario porque, en esencia, la relación que se crea entre el profesional sanitario y el paciente es un acto comunicativo. Tan es así, que toda relación que se establece entre el médico y el paciente comienza con lo que llamamos anamnesis médica, es decir, el diálogo que tiene lugar entre ambos por el cual el primero recibe información del segundo sobre su situación clínica.

Sobre la piedra angular de la comunicación sanitaria construye Carmen Costa su argumento. La comunicación debe estar presente, defiende, en el ámbito hospitalario, y por extensión en el sanitario, como herramienta de gestión para el profesional sanitario en su relación con el usuario y con sus compañeros de profesión. De esta manera la comunicación se constituye como un elemento catalizador de la actuación sanitaria, que aporta valor al servicio hospitalario y cuya razón de ser es el paciente.

Ese *plus intangible* no solo repercute sobre la calidad percibida por el paciente en relación al trato que recibe desde las instituciones sanitarias sino que, además, contribuye decididamente a humanizar el acto médico. Cualquier acto encaminado a humanizar esa relación es reivindicada en estas páginas como núcleo fundamental de la actuación sanitaria. Uno de los más grandes médicos y humanistas en la historia de España, Gregorio Marañón, ya disoció el concepto de enfermedad en su sentido abstracto e impersonal, del de personas enfermas, denotando gran sensibilidad hacia el paciente, que se siente más vulnerable en el entorno hospitalario. Y una vez más, la comunicación puede guiarnos por ese sendero.

La comunicación actúa como motor de progreso sin la cual no hay evolución posible. El paciente ha pasado a ser usuario y, en esa evolución, quiere implicarse en el proceso del que forma parte como sujeto, cada vez más activo, en la toma de decisiones sobre algo que le afecta tan directamente como es su salud. Quiere saber y tiene derecho a conocer aquella información pertinente sobre su tratamiento y perspectivas de curación. Esta vertiente del derecho a la información, junto al deber de informar de los avances médicos que pudieran repercutir sobre la salud de los ciudadanos, confiere plenitud al concepto de comunicación sanitaria.

Ese proceso de divulgación de la información sanitaria se lleva a cabo, como muy bien recuerda Costa, a través de las acciones de comunicación externa que pueden poner en marcha los hospitales. Costa acuña el término de “hospital feliz” para aquel que se comunica con sus públicos. Y lo es porque se acerca al público externo, es decir, a la sociedad en la que se integra y de la que forma parte, a través de acciones de comunicación externa, analizadas ampliamente en el segundo capítulo del libro. La llave de ese acercamiento se encuentra en una comunicación de calidad y contrastada, capaz de superar el desencuentro que, en ocasiones, separa la actividad científica de la informativa. Un modo de superar esa diferencia es la especialización en salud para los profesionales de la información, reclamo que paliaría el trato inadecuado con el que, a veces, se aborda la realidad informativa sanitaria.

Por otro lado, el hospital que comunica también es feliz porque su comunicación mira hacia adentro, a sus propios trabajadores, receptores de los mensajes internos y emisores, posteriormente, en el proceso de la comunicación que se establece con los usuarios, tal y como lo entendió Lasswell. Para ello el hospital debe considerar a sus trabajadores –médicos, enfermeras, auxiliares o personal del área de gestión- como parte de su proyecto institucional y embajadores de la propia organización, consiguiendo la implicación de todos. Y el canalizador de todo ello debe ser el Gabinete de Comunicación por medio de un plan de comunicación global, dado que la comunicación interna se convierte en las “venas y las arterias de la institución”, como destaca, acertadamente, la autora a lo largo del tercer capítulo, en el que propone medidas de motivación para los profesionales sanitarios a través del hilo conductor de la comunicación interna como eje vertebrador e integrador de la actividad humana en el seno de la organización.

El último capítulo de los cuatro de los que consta el libro está destinado a la comunicación con el usuario, como puente entre el público interno y externo. Es el público intermedio, como lo define Costa con buen criterio. Ese usuario cada vez está mejor informado y con más acceso a un número creciente de fuentes de información, pasando por los medios de comunicación e

internet, que adquiere un mayor protagonismo en la relación con el profesional sanitario, abandonando la relación paternalista de antaño.

La autora pone el dedo en la llaga de algunos profesionales sanitarios con carencias comunicativas en su relación con los usuarios, y aboga porque las habilidades en comunicación formen parte de la formación del médico, dado que la relación médico-paciente es el eje de la práctica clínica. Y no le falta razón, si bien es cierto que cada vez es mayor la sensibilidad y voluntad por mejorar el proceso de la comunicación que manifiestan los profesionales hospitalarios en España, sensibles a adoptar un lenguaje adecuado al usuario, sin caer en el refugio de la terminología científica a la que, aún hoy en día, algunos se aferran sin complejos.

La comunicación en el hospital es un libro bien documentado y escrito en tono didáctico, que incide en la necesidad de gestionar la comunicación en todos sus niveles, para mejorar la relación de los profesionales sanitarios con los usuarios, y la imagen de los hospitales como instituciones sanitarias, abogando para que los términos de *comunicación saludable y medicina comunicativa* sean una realidad en un entorno como el hospitalario, que su autora ha demostrado conocer bien.