

Eje 9. Comunicación y salud
Coordinan Laura Lavatelli, Martín Turriani y Valeria Vidal

Comunicar en el ámbito de la salud

Estela Maris Palis | Universidad Nacional de La Rioja, Argentina
licempal@yahoo.com.ar

Daniel Luna | Universidad Nacional de La Rioja, Argentina

Mauricio Goyochea | Universidad Nacional de La Rioja, Argentina

Resumen

En la actualidad, los distintos ámbitos de atención de la salud como centros, hospitales y vacunatorios, cumplen una función importante no solo en el cuidado de la salud, sino también por la difusión de distintos programas y campañas para la prevención y promoción en materia sanitaria. En este sentido el propósito de esta ponencia es poner a consideración el trabajo que se lleva a cabo en el Proyecto de investigación "Comunicar en el ámbito de la salud" de la provincia de La Rioja que tiene como objeto de estudio el Centro de salud "Faldeo del Velazco Sur".

Éste Centro se encuentra en unas de las zonas grandes de la ciudad Capital por lo que se consideró beneficioso realizar un estudio que permita explorar y describir la realidad de la Institución con respecto a la difusión, comunicación de sus actividades y el ejercicio de profesionales en la materia.

Así, uno de los principales objetivos de este proyecto es analizar la comunicación de la Institución en cuanto a las herramientas y soportes utilizados en campañas educativas, programas de vacunación, y otros vinculados a los determinantes de la salud. También se propone identificar quiénes son los emisores de mensajes, cuáles son los canales que utilizan, cómo crean sus mensajes y qué participación tienen los profesionales de la comunicación en el proceso, como asimismo si participa la comunidad.

El método de estudio que se aplica es mixto y el diseño metodológico es exploratorio-descriptivo. En una primera instancia es exploratorio porque es un tema que no cuenta con antecedentes previos de esta naturaleza en nuestra provincia. En una segunda instancia, pretende ser descriptivo, porque se analizarán situaciones de la comunicación (informativa-formativa) en un contexto concreto.

En este sentido, tomando a Hernández Sampieri (2013) los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. También permite seleccionar una serie de propiedades de análisis para describir todos los cuestionamientos que dan luz como investigador en la problemática planteada. Es decir, ésta investigación nos permite revisar cuáles son los caminos para mejorar la atención con información bien formulada, planteada y sistematizada del Centro. Cabe destacar que en contexto del covid-19 se planteó un momento propicio para conocer cómo son los desafíos comunicacionales del Centro de salud en un contexto de pandemia y post-pandemia.

Entre las técnicas de recolección de datos se trabajó con entrevistas, encuestas y análisis de contenido.

Palabras clave: comunicación, difusión, salud

Introducción

En la actualidad vivimos en una sociedad atravesada por la comunicación en todos los aspectos, todo lo que hacemos es comunicación. Este avance en la era de la información nos obliga a conocer en qué medida los hombres y las instituciones se adecuan a los cambios en la nueva era de la comunicación y de la información. Por eso es importante llevar a cabo estudios que permitan conocer si las instituciones se adaptan a estos cambios. En este caso se tomó como objeto de estudio el Centro de salud Faldeo del Velazco Sur. Este centro está ubicado en una de las zonas más pobladas de la provincia según Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado en octubre de 2010.¹

Al diseñar esta propuesta se pretendió conocer y descubrir cómo se lleva a cabo la comunicación de ésta institución, observando, registrando su estado y reconociendo las relaciones entre el centro y la comunidad.

Como investigadores de la comunicación debemos detectar cuáles son las estrategias de comunicación que utilizan los Centros de salud, como así también cómo es la relación con la comunidad del barrio y qué canales que utilizan para difundir sus actividades (planificación, actores, recepción, mensajes). Otro aspecto que se intenta indagar es en qué medida se trabaja la profesionalización de las actividades de comunicación en ese centro. Según López Alcántara (2015) "Las instituciones sanitarias se van adaptando a la vorágine de las nuevas tecnologías con el único objetivo de facilitar el trabajo a los facultativos y de ofrecer mejores y más completos servicios a los pacientes" (p.46)

Por esto, los estados deben invertir en el ámbito de la salud para mejorar el acceso a los distintos sectores. En cuanto a la comunicación debe contribuir y asegurar la inclusión de las personas a los distintos servicios que se prestan. Para lograr esto se debe trabajar en diseñar buenas estrategias sobre "comunicación", con producción de soportes gráficos adecuados y producciones de realizadas con personal idóneo capaz de realizar de acuerdo a las medidas geográficas y sociales de cada zona.

En síntesis, se intenta conocer y describir la realidad social y comunitaria en el ámbito de la comunicación de los Centros de Salud

En la actualidad la comunicación sufrió transformaciones debido a la incorporación de nuevas tecnologías en las distintas esferas y sistemas de sociedad.

Al respecto debemos considerar que la comunicación en el ámbito de la salud es necesaria para lograr fortalecer y mejorar el bienestar de las personas, contribuyendo a mejorar la calidad de vida.

Así en la sociedad la educación, la cultura, el ambiente etc. dependen básicamente de las políticas de los gobiernos, que muchas veces dejan de lado las necesidades sociales, para enfocar sus objetivos a las necesidades. En este sentido las acciones para actualizar y ampliar los canales de comunicación que beneficien la salud, no siempre se ven acom-

¹ El Censo nacional de población de 2010 de Argentina se realizó el día 27 de octubre, y fue llevado a cabo por el INDEC. De este censo surgió la base de datos demográficos, sociales y habitacionales más actualizada y completa de la población argentina.

pañados de propuestas y proyectos que modernicen el sistema promocional actual. Para López Alcántara (2015) afirma que “las instituciones sanitarias como los hospitales, los servicios de salud, etc., no contribuyen a esta realidad ofreciendo unos servicios informativos sobre salud muy incompletos e imprecisos” (p.47)

Es por esto que en la actualidad podemos ver que muchos centros, salas de salud, hospitales públicos, requieren de asistencia en todos los sentidos. Como profesionales de la comunicación creemos apropiado que la salud debe ir acompañada de políticas de difusión que favorezcan la transmisión de distintas campañas que propendan el bienestar de los individuos. Así es objetivo de los centros, la atención permanente y la puesta en marcha de programas preventivos como el calendario de vacunas, planificación familiar, programas de nutrición, etc., lo que resulta relevante que las personas estén informadas sobre estas prestaciones.

Desde este punto intentamos estudiar cómo la comunicación interviene en la salud en la provincia de La Rioja, particularmente en el Centro de Salud del barrio Faldeo del Velazco. También cómo se lleva a cabo unos aspectos pedagógicos de la comunicación en las prácticas actuales y con profesionales de los medios locales. Es decir, de qué manera se propician en el ámbito local espacios relevantes entendiendo la salud como bien público. Por eso es importante aplicar estrategias que ayuden hacer una pedagogía de la comunicación en el ámbito de la salud, como dice Drutman y Draghi, (2008) “desde el periodismo en el ámbito de la salud, entendemos que la sociedad tiene derecho a recibir la mayor cantidad y calidad de información posible, y nuestro imperativo ético es satisfacer ese derecho. Es tres veces más probable que muera, víctima del desamparo, el hijo de una madre analfabeta, que el de una que sabe leer y escribir”.

Objetivos y método

En cuanto a los objetivos propuestos para este proyecto, se pretende estudiar la comunicación y estrategias en el ámbito de la salud, a partir de las prácticas profesionales de los comunicadores.

Dentro de esta perspectiva general sobre cómo estos centros comunican sus acciones, podemos observar sus particularidades. Hacemos referencia al trabajo que realizan en cuanto a campañas de difusión de la salud, los soportes utilizados o mensajes aplicados en el Centro de Salud Faldeo del Velazco Sur.

Así, poder conocer las estrategias de comunicación y el fin educativo que persiguen a través de las piezas gráficas que llevan a cabo. Poder identificarlos canales, su recepción y determinar la participación de profesionales de la comunicación.

Por último, se equipó intenta conocer y reflexionar sobre la importancia del profesional de la comunicación en el ámbito de la salud, teniendo en cuenta que muchas veces esta área se encuentra a cargo de otros profesionales.

En este proyecto, teniendo en cuenta el método, se aplica un método descriptivo- ex-

ploratorio, es decir, para describir y conocer la situación, costumbre de las actividades comunicacionales, sus objetos personas y procesos. Es decir que se intenta describir las situaciones comunicacionales en todas sus dimensiones, en este caso las acciones del Centro de Salud del Barrio Mis Montañas.

El propósito es detallar eventos o situaciones de la comunicación en un contexto concreto como es el Centro de salud. Es decir, poder responder cómo es y cómo se manifiesta la comunicación-educación en los mensajes en el ámbito de la salud en el Centro Faldeo del Velazco.

También este estudio, permitirá seleccionar una serie de propiedades de análisis para describir todos los cuestionamientos que nos den luz al en la problemática planteada.

Esta Investigación desea prever cuáles son los caminos para mejorar la atención con información bien formulada planteada y sistematizada. Este, también, es un estudio de caso, donde se recopila información que posteriormente es interpretada.

Cabe destacar que el proyecto posee carácter exploratorio porque pretende descubrir aspectos que inciden en el problema planteado sobre la salud, poder plantear ideas y sugerencias que permitan crear nuevas opiniones para mejorar esta realidad.

En cuanto a las técnicas de recolección de la información se llevaron a cabo hasta el momento, entrevistas a la antigua coordinadora Lic. María José Alanís, el actual coordinador del Centro Lic. Saro Dana. También es importante la recolección y cotejar la información de algunos miembros del equipo de profesionales que allí trabajan. Por esto también se registró la información de la actual Bioquímica del centro Andrea Soria.

Actualmente se está llevando a cabo una encuesta que permitirá conocer la opinión de las personas que allí se atienden.

Es importante mencionar que debido al covid-19 se modificaron algunas propuestas planteadas al principio de la investigación. Como por ejemplo el análisis de contenido de las gráficas realizadas por los propios médicos. Esto se debe a que el centro descarto toda folletería adherida en las paredes del edificio.

En cuanto a los resultados en principio se preveía que podrían dividirse en etapas. La primera que buscara la recolección de datos óptimos para elaborar mejores estrategias pedagógicas de la comunicación en la salud. La segunda etapa, la elaboración de estrategias, políticas y campañas pedagógicas de comunicación sanitaria de impacto en la comunidad.

La última etapa de resultados, el cual pretende contribuir con el centro y los ciudadanos a mejorar sus relaciones en el ámbito de la salud. Este último podrá ser medible a largo plazo, generando nuevos conocimientos en la temática, y fortaleciendo la actividad de los comunicadores en el ámbito de la salud.

En este caso la formación como investigadores en el ámbito de la salud, es fundamental por lo que creemos que fortalece nuestra capacidad investigativa. Más aún en la experiencia que nos toca vivir frente al covid-19. También que las instituciones de la Salud de

La Provincia puedan hacer eco de los resultados y ampliar los resultados de este caso al resto de los Centros de Salud.

En cuanto al impacto de este estudio y a sus contribuciones del desarrollo científico, tecnológico y al conocimiento científico podemos afirmar que el mismo puede darse en 3 niveles, siempre con un final en común: concientizar a la sociedad para la prevención, la importancia de una buena comunicación y al tratamiento de las diversas problemáticas sanitarias.

El primer nivel del proyecto devela datos útiles para la concreción de acciones en el ámbito de la comunicación pedagógica a través del implemento de herramientas multimedia, que posibilitaran la difusión de estrategias óptimas y con llegada para lograr el fin mencionado. En segundo nivel el proyecto presenta dichas acciones y en tercer lugar se espera que el resultado constituya el esperado final del trabajo logrando un alto grado de conciencia sobre las problemáticas más importantes para la comunicación en el ámbito sanitario.

La diversidad de factores que inciden en la salud, en la educación y en la comunicación, es amplia y compleja, aunque no hay demasiada información vinculante. El proyecto espera ampliar el conocimiento de un campo poco explotado, ofreciendo visiones de la comunicación aplicada a la salud a través de una narrativa multimedia, con intención de provocar un cambio sobre las relaciones, (instituciones de salud con la sociedad) prevención y tratamiento de problemas sanitarios. Develando procesos de recolección de datos para el armado de estrategias pedagógicas en el ámbito de la salud, a través de plataformas mediáticas en la actualidad.

En este planteamiento creemos que es relevante contribuir a la formación de recursos humanos es fundamental, más aún en este proyecto, porque asegura el fortalecimiento de profesionales capaces de contribuir para el bien común. En la actualidad, es importante la formación permanente ya que amplía el conocimiento y los horizontes profesionales.

Se espera seguir la capacitación de los estudiantes para que sean capaces de tomar decisiones que en situaciones concretas como la del proyecto los pone frente a un aprendizaje significativo como plantea Prieto Castillo.

Al respecto los niveles competitivos actuales se alcanzan con la capacitación, esto contribuye de alguna manera al desarrollo de los estándares de calidad no solo del ámbito donde nos encontramos sino de la calidad de profesionales de nuestro país

Con respecto al desarrollo socioeconómico, los resultados del proyecto benefician, desde el punto de vista del receptor, al ciudadano, mejorando su calidad de vida, enseñándole a prevenir y tratar diversos problemas sanitarios. Si su alcance logra ser de la consideración esperada, la comunidad mejoraría en conjunto, significando un cuantioso ahorro del Estado en el gasto del tratamiento de la difusión de los mensajes. Por parte de los receptores, es decir el propio centro logra una comunicación eficiente y eficaz. Logrando así un mejor manejo de los recursos puestos al servicio de la salud y su comunidad.

Igualmente se advierte, en los últimos registros llevados a cabo en la provincia en el ám-

bito de la Salud, una disminución en la intervención y adherencia de los ciudadanos a los programas salud pública. El proyecto muestra que los datos arrojados hasta el momento, permiten comprender comunicación actual y perfeccionar las acciones que se realizan en referencia a la comunicación.

Por otra parte, respecto a la transferencia de resultados de la investigación permitió que los resultados fueran efectivamente recepcionados por la institución. Es decir, se aplica a las autoridades actuales del centro y se busca modificar ciertas variables.

Mejorando a partir de resultados, la práctica profesional de actores involucrados y del hecho social estudiado.

La actividad investigativa registró un trabajo conjunto entre el equipo y la institución provocando que esto repercuta en los propósitos a futuro de los programas y propuestas que llevarán a cabo. Los beneficios de la transferencia se traducen en su continuidad generando nuevos conocimientos, para la sociedad.

Conclusiones

Resultados Preliminares

Es importante destacar que el avance sobre los estudios de la comunicación en el ámbito de la salud no ha sido llevado a cabo a ritmo acelerado. Lo que es importante remarcar que la pandemia covid-19 ha dejado una clara evidencia de la necesidad de que las acciones comunicacionales estén a la altura de las circunstancias y de los contextos. Por eso si hablamos de la comunicación-salud, debemos tener en cuenta las políticas públicas la planificación, las estrategias y actores involucrados.

Así este binomio presenta enfoques interdisciplinarios que deben estar presentes en todo análisis. En la actualidad poder comprender las metas que suponen todo estudio implica buscar conocimiento que nos permitan mejorar las acciones que se realizan. Creemos que desde la universidad se hace indispensable buscar propuestas que contribuyan al saber. Solo así podremos identificar fortalezas y debilidades no solo a la temática sino también buscar alternativas que permitan ampliar los espacios a nuestros futuros egresados.

Enfocar la comunicación en el ámbito de la salud implica administrar amplios conocimientos del manejo de redes, de distintos canales que sin duda van de la mano de los desafíos de las tecnologías de la comunicación y de la información.

Es importante remarcar que este estudio se encuentra en pleno desarrollo, la investigación no ha concluido, pero se a esta altura se han podido obtener algunos resultados preliminares.

El modelo de comunicación centralizado y dependiente de los gobiernos de turno no acompañan el desarrollo de buenas políticas comunicacionales. En este punto es importante destacar que las acciones que se intentan difundir deben ser aprobadas por el encargado Subsecretario de prensa. Sin dudas que esto debilita la fuerza del mensaje además del cumplimiento eficiente del tiempo.

También se pudo detectar que el centro no posee un área de comunicación ni difusión que establezca pautas claras para el desarrollo de actividades interdisciplinarias (referidas en el desarrollo).

Así muchas de las campañas que llegan al centro como vacunación, cuidado de sobrepeso etc. vienen acompañadas de lineamientos que nada tienen que ver con este tipo de públicos. Los canales utilizados por lo general son solo gráficos y no hacen uso de las redes sociales de la manera más acorde a los procesos y narrativas actuales.

La persona encargada de comunicar lo poco que se difunde, es de profesión psicóloga y lo hace por Facebook con muy poca periodicidad.

Para terminar, se manifiesta la necesidad de crear lazos y canales de comunicación con los barrios de la zona identificando estrategias para las acciones de comunicación y campañas para los vecinos de la zona.

Referencias bibliográficas

ALCÁNTARA LÓPEZ, R. (2015). "Comunicación & Internet & salud: puntas de un iceberg llamado e-salud", pp. 45-58. En Del Pozo Cruz, J. y otros. Medios de Comunicación y Salud. Sevilla. Editorial Astigi.

AMBORT, M.; Loyola, M. y otros, (1995). "El periodismo Gráfico". Córdoba, Argentina. Ed. Opolop.

CUBERLI, M. y SOARES DE ARAUJO, I. (2014). "Las prácticas de la comunicación y salud: intersecciones e intersticios". En Petracci, M. (2015). La salud en la trama comunicacional contemporánea [en prensa]. Buenos Aires: Prometeo.

CZERESNIA, D. (1999). El concepto de salud y la diferencia entre prevención y promoción. Buenos Aires: s/n. Investigación.

DRUTMAN, J. y DRAGHI, C. (2008) "Comunicar para divulgar: en el ámbito de la salud". Buenos Aires, Argentina. Editorial Universidad Abierta Interamericana.

GAMBACCINI, A.; RAMÍREZ BARAHONA, P.; SALERNO, V. (2011). La salud que muestra la TV. En Comunicación y Salud en la Argentina (65/89). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Bourdieu, P. (1997). Espacio social y espacio simbólico. Barcelona, España. Editorial Anagrama.

HABERMAS, J. (2003). Acción comunicativa y razón sin transcendencia. 1ra Edición. Buenos Aires, Argentina. Paidós.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2014). Censo Nacional 2010 de población, hogares y viviendas. Resultados definitivos, por provincias, departamentos y localidades. Base de datos REDATAM. Buenos Aires. — (2014). Argentina 2014. Buenos Aires: INDEC.

López Vázquez, Belén (2007) "Publicidad Emocional, Estrategias creativas". Madrid, España. ESIC Editorial.

MINISTERIO DE SALUD DE LA NACIÓN ARGENTINA, MSAL. (2011). Funciones Básicas de Información y Comunicación en Salud Pública. Coordinación de Información Pública y Comunicación, MSAL

ORDOÑANA MARTÍN, J. R.; GÓMEZ AMOR J. y GALVA OLIVARES F. (2000). El uso del miedo en los mensajes de salud. Murcia, España. Universidad de Murcia.

PETRACCI, M. y WAISBORD, S.(Comps.). (2011). Comunicación y Salud en la Argentina. Buenos Aires, Argentina. La Crujía Ediciones.

PIXEL CREATIVO. (2014). Psicología del Color en la publicidad (Connotaciones y Denotaciones). 25/11/2015, de responsivebloggerstemplates Sitio web: <http://pixelcreativo.blogspot.com.es/2013/06/psicologia-del-color-en-la-publicidad.html>

RESTREPO, H. (2002). Antecedentes históricos de la Promoción de la Salud. Bogotá, Colombia: Editorial Médica Panamericana.

RÍOS HERNÁNDEZ, I.(2011). Comunicación en Salud: Conceptos y Modelos Teóricos. Perspectivas de la Comunicación Vol. 4, n°1. Universidad de la Frontera. Temuco, Chile.

SAMPIERI HERNÁNDEZ, R. (2006). Metodología de Investigación. México DF, México: Editorial. Mac Graw Hill

SIERRA BRAVO, R. (1998). Técnicas de Investigación Social, Teoría y Ejercicios. Madrid, España. Editorial Paraninfo.