

LA COMUNICACIÓN EN UN HOSPITAL DEL INSALUD

AUTORA: D^a. PILAR NOTARIO JIMÉNEZ,

Gabinete de Prensa del Hospital 12 de Octubre

- La comunicación externa ayuda a suavizar el engranaje entre la organización sanitaria y los medios de comunicación.
- Hay que facilitar a unos ciudadanos cada vez más cultos y preparados el conocimiento de la realidad asistencial, con un compromiso de transparencia basado en la generación de confianza.
- La credibilidad permite alcanzar fluidez en unas relaciones en las que se entremezclan lenguajes de índole tan diversa como el asistencial, el político y el científico.
- El papel de los gestores debe partir de una autocrítica a su desconocimiento de la labor periodística.
- La función de intermediación del comunicador profesional entre los gestores de la Sanidad y los periodistas ofrece grandes ventajas a ambas partes.
- El horizonte transferencial que se avecina para el territorio Insalud debe tenerse en cuenta en toda política de comunicación externa actual y futura.
- El comunicador profesional, con la ayuda de los gestores, debe estar siempre bien informado de todo lo que ocurre en la institución para la que trabaja, porque lo contrario sólo traerá problemas. La generación de confianza por tanto nace en este primer nivel y luego se transmite a los medios de comunicación.

Un hospital, como cualquier otra organización,

debe saber planificar sus relaciones comunicativas internas y externas, ya que éstas pueden llegar a comprometer su imagen e incluso cuestionar su calidad asistencial. Una adecuada gestión estratégica del plan de comunicación puede contribuir a conquistar los objetivos previstos por la Dirección Gerencia, reforzando la imagen corporativa del hospital. Cualquier actuación en esta línea permitirá no sólo que la percepción del centro por sus profesionales sea cada día más positiva, creando entre ellos un sentimiento de pertenencia y una vinculación con los fines previstos, sino que también mejorará la imagen percibida por los pacientes, que pueden convertirse en cómplices de sus proyectos de futuro.

Pero, al contrario de lo que puede creerse, el plan de comunicación de un hospital no se limita, o al menos no debe limitarse, a la relación con los medios de comunicación, ya que existe un abanico mucho más amplio de posibilidades que, desarrolladas dentro de una estrategia prefijada, pueden potenciar el desarrollo de esa imagen corporativa. Esto explica en cierto modo que hayamos pasado del concepto gabinete de prensa al de gabinete de comunicación, aunque si es cierto que una parte importante del trabajo que en él se desarrolla gira en torno a la relación con la prensa, la radio o la televisión.

1 - COMUNICACIÓN EXTERNA

En lo que respecta a la relación con los medios

de comunicación, desde el Insalud se pretende que todos sus hospitales sigan unos mismos criterios de actuación, intentando encontrar un equilibrio entre lo que los periodistas solicitan, lo que los profesionales del centro están dispuestos a ofrecer y, lo que es más importante, lo que los pacientes están dispuestos a consentir.

Un ejemplo claro de este intento de actuación uniforme es la reciente elaboración de un protocolo por el Insalud en el que se recogen las recomendaciones a seguir ante aquellos casos que suscitan interés periodístico y que afectan a los usuarios. Si tenemos en cuenta las últimas tendencias informativas, principalmente en televisión, que se inclinan hacia la difusión continua de sucesos y acontecimientos asombrosos o peculiares, podemos imaginar la enorme cantidad de peticiones que desde los medios de comunicación llegan cada día a un hospital, solicitando un parte médico de un paciente que, por ejemplo, ha sufrido un accidente de tráfico o laboral. De ahí, la importancia de que todos los hospitales del Insalud sigamos las mismas pautas de comportamiento ante casos como los citados.

Sin embargo, como decía al principio, la comunicación externa de un hospital no termina aquí. Desde el gabinete de comunicación del "12 de Octubre" se trabaja conjuntamente con la Dirección del centro en el desarrollo de otras actuaciones que permitan difundir y mejorar la imagen del centro, en un momento especial importante, ya que este año celebramos nuestro XXV Aniversario.

Una de ellas consiste en potenciar las relaciones y el contacto con las asociaciones de enfermos, culturales o vecinales de nuestra área de referencia. En este sentido, periódicamente y siempre que exista un motivo para ello, se les comunica cualquier proyecto de interés que vaya a ponerse en marcha en el Hospital o se les

invita a asistir a los actos y congresos que celebramos, para de este modo hacerles partícipes de nuestros objetivos y proyectos.

En este momento, también estamos desarrollando un proyecto piloto de mejora de la información que reciben los pacientes afectados por un problema cardiovascular y sus familiares cuando son atendidos en nuestro Hospital. El Gabinete de Comunicación, en colaboración con la Unidad de Calidad del Hospital y la Comisión de Humanización, ha creado una serie de grupos de trabajo, formados por profesionales de varios Servicios del Hospital y por los miembros de la Asociación de Enfermos del Corazón del "12 de Octubre", que están analizando cuáles son los problemas de información que habitualmente sufren los pacientes y cuáles las posibles soluciones que nosotros les podemos ofrecer. El objetivo último es extender este proyecto al resto de pacientes y mejorar de este modo la comunicación con los usuarios.

2 - COMUNICACIÓN INTERNA

En el Hospital "12 de Octubre", y desde que el gabinete de comunicación se puso en marcha, se están desarrollando una serie de actuaciones dirigidas a mejorar la comunicación interna del centro, que hasta el momento siempre había sido deficitaria. En este sentido, entendemos que planificar una política de comunicación interna puede implicar una mejor comprensión de la organización y su desarrollo por los profesionales.

Entre ellas, destaca la puesta en marcha de un periódico interno, elaborado por un Consejo de Redacción, formado por tres médicos, cuatro enfermeros, dos administrativos y un celador. La creación de este Consejo se explica porque desde el principio concebimos que debía tratarse de una publicación hecha por los profesionales para los profesionales.

Paralelamente, se han diseñado una política de mejora de la información que reciben todos los profesionales a través de la cartelería, sustituyendo los anteriores paneles de información por unos tableros identificados con el nuevo logotipo del Hospital y con el del Insalud.

Además, se ha puesto en marcha otro proyecto consistente en la creación de grupos de trabajo, integrados por profesionales del Hospital representantes de los diferentes sectores de actividad, que actualmente están analizando cuáles son los problemas de comunicación interna del centro y planteando posibles soluciones, cuya viabilidad será estudiada por la Dirección Gerencia del centro según concluyan los trabajos.

Finalmente, añadir que la Dirección Gerencia del Hospital, conjuntamente con el Gabinete de Comunicación, realizan a menudo sesiones informativas para presentar a todos nuestros profesionales, independientemente de su categoría profesional, cualquier proyecto relevante. Entre los últimos, destaca la presentación del nuevo logotipo del Hospital, del Plan Funcional del Edificio Policlínico, que comenzará a construirse el próximo año, y de las conclusiones de la primera fase de elaboración del Plan Estratégico del centro.

Estas son, entre otras, las iniciativas que se han puesto en marcha en el Hospital “12 de Octubre” por el Gabinete de Comunicación, que está trabajando conjuntamente con otros Servicios del centro en mejorar la imagen e información del Hospital.

Deseo haberles transmitido la necesidad de crear y apoyar el desarrollo de los gabinetes de comunicación en los hospitales. Los profesionales y usuarios se quejan a menudo de desconocer cuáles son los proyectos del Hospital y cuáles sus objetivos. No deberíamos perder la oportunidad de responder con iniciativas a esta constante reclamación. Espero que a partir de ahora piensen que la comunicación también es una cuestión prioritaria cuando se gestiona un hospital. Esta debería ser nuestra apuesta de futuro.

SUMARIO

En esta exposición presento algunas de las iniciativas que en este momento estamos poniendo en marcha en el Hospital “12 de Octubre”, de Madrid, que como saben pertenece al territorio Insalud. Por ello, tanto en lo que se refiere a comunicación externa como interna, trabajamos coordinadamente con los gabinetes de la Dirección General y Provincial.

En lo que se refiere a comunicación externa, nuestro plan de comunicación consiste fundamentalmente en la relación fluida y constante con los medios y con las asociaciones culturales, vecinales o de cualquier otra índole de nuestra área de referencia.

En comunicación interna, trabajamos actualmente en el desarrollo de algunos proyectos, tales como la puesta en marcha de un periódico, la instalación de nuevos tableros informativos y la creación de grupos de trabajo para analizar y plantear soluciones a los problemas de comunicación que existen en nuestro Hospital.