

OBSERVATORIO COMUNICACIÓN EN SALUD.

I. FUNDAMENTOS:

Este Observatorio tiene como finalidad el estudio de la comunicación en salud respecto a tres ejes: la comunicación interpersonal, la comunicación institucional y el análisis de la comunicación (en ocasiones información) sociosanitaria que transmiten los medios masivos de comunicación.

Esta iniciativa pretende ser un lugar de encuentro de investigadoras e investigadores de la comunicación en salud, equipo de salud (línea asistencial y no asistencial), tomadores de decisión de instituciones sanitarias entendiendo que la Comunicación en Salud se configura en la actualidad como un campo de estudio transdisciplinario que involucra las ciencias sociales y ciencias de la salud tomando relevancia el impacto social, comunitario y personal que implica comunicar, tanto a nivel organizacional como a nivel profesional.

La producción científico académica, las buenas prácticas institucionales, los medios de comunicación y el social media, constituyen un nuevo campo donde la construcción de sentido y la tensión entre conceptos sensibles como los relacionados a la salud-enfermedad cobran nuevo impulso y trascendencia en un contexto post pandémico que ha dejado en evidencia la necesidad de contar con organismos confiables que propicien información veraz, accesible y oportuna con responsabilidad ética.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (Healthy People 2010, volumen I), la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud. Este tipo de comunicación es reconocida como un elemento necesario en los esfuerzos para mejorar la salud pública y personal. Asimismo, puede contribuir en todos los aspectos de la prevención de la enfermedad incluyendo las relaciones médico-paciente, la adherencia del individuo a recomendaciones clínicas y regímenes terapéuticos, la construcción de mensajes y campañas de salud pública en conjunto con la diseminación de información concerniente a riesgos para los individuos y las poblaciones, o comunicación preventiva.

El estudio, investigación y análisis de los contenidos producidos y reproducidos en los medios masivos de comunicación y en las redes sociales implica pensar y abordar el territorio digital como una nueva arena social donde las fuerzas vivas construyen realidad.

Desde los enfoques y aportes de varios campos y disciplinas de estudio, es posible comprender la necesaria interdisciplinariedad de esta Institución Universitaria que debe considerar las dinámicas sociales, como así también, las implicancias sanitarias de esas relaciones

El actual contexto post 2020 ha transformado también la comunicación en salud, siendo este un campo especialmente sensible a dicha transformación. Los procesos y prácticas propios de dicho campo, el acceso a la información por parte de los usuarios vía redes sociales, la divulgación científica efectiva, la comunicación oportuna y asertiva en contextos de crisis, el rol de los y las integrantes de los equipos interdisciplinarios de salud y la trascendencia de la comunicación

institucional se han visto revisados y repensados. Desde el ámbito académico nacional e internacional, se ha hecho consciente el ejercicio de construir nuevos espacios colectivos que propicien la comunicación en salud con pensamiento situado.

Todas las personas en algún momento de sus vidas atraviesan la situación de ser pacientes, entonces, el derecho inherente a la información y el acceso a la salud requiere considerar crítica, ética y consecuentemente las relaciones sociales que se concretan a partir de ellos y obrar en consecuencia.

Esta iniciativa pretende ser espacio de intercambio para impulsar la Comunicación en Salud como procesos integrales de atención, en los diferentes escenarios sanitarios a través de la construcción de estrategias transversales basadas en la investigación, la colaboración y transferencia de conocimientos, en organizaciones públicas y privadas, y el equipo de salud en relación a las personas.

El observatorio asume el desafío de ser un centro de referencia en Comunicación en Salud para las organizaciones públicas y privadas de Argentina y Latinoamérica, profesionales y ciudadanía para favorecer un espacio de convocatoria y definición de agendas de políticas públicas sanitarias, y visibilizar experiencia y buenas prácticas. Entendiendo que la comunicación es transversal y eje clave en el sistema sanitario entre el equipo asistencial y no asistencial; así también para con los/las pacientes.

El Observatorio de Comunicación en Salud responde enfáticamente al ADN de la Universidad como modelo de gestión innovadora que trabaja centrado en las personas, con estrategias diseñadas en red para el territorio. En esta misma línea, se sienta como precedente la realización del Primer Congreso Argentino de Comunicación en Salud realizado en esta casa de altos estudios en septiembre de 2022, cuyo objetivo académico fue sensibilizar a investigadores, investigadoras y personal de salud y educativo sobre el impacto de la comunicación en salud en la relación a la Gestión, entre el equipo sanitario y para con los/las pacientes sobre la comunicación empática como un eje clave de la formación, la gestión y la asistencia tomando conciencia en que todos y todas somos comunicadores que deben revisar esa responsabilidad.

La comunicación es la base de la humanización en salud. Cada acción comunicativa interpela a trabajar estratégicamente generando entornos de seguridad y confianza para todas las personas. Un equipo de salud que comunica con calidez genera resultados positivos en la atención, en la promoción de la salud y en la prevención de enfermedades y por esta razón, resulta imperativo expandir la frontera del concepto humanización.

Hoy, la comunicación en salud, constituye un componente clave para la perspectiva de los diferentes roles multidisciplinarios en el campo de la formación, educación, profesionalización y atención resultando vital la adquisición de herramientas de comunicación en salud por lo cual todas las personas involucradas como, los comunicadores masivos, especialistas que participan en multimedia, educadores, influencers, funcionarios públicos y autoridades quienes cumplen un rol importante en el proceso comunicacional. Abrir el espectro de posibilidades y escuchar distintas experiencias enriquece el debate y el desarrollo de la materia.

Por estas razones consideramos que esta propuesta encuentra las

condiciones sociales y académicas propicias para constituirse como órgano propio de la Universidad Nacional Arturo Jauretche.

1.1 Misión

Transformar la Comunicación en Salud con procesos integrales de atención, en los diferentes escenarios a través de la construcción de estrategias transversales basadas en la investigación, la colaboración y transferencia de conocimientos.

1.2 Visión

Ser un centro de referencia a la vanguardia de la Comunicación en Salud nacional e internacional, donde la información sea una herramienta poderosa para transformar la salud a nivel global.

Favorecer un espacio de convocatoria y definición de agendas de políticas públicas sanitarias.

1.3 Valores

Innovación:

Buscamos constantemente nuevas formas de comunicación efectiva en salud, utilizando tecnologías y enfoques creativos.

Colaboración:

Fomentamos la colaboración entre diversos actores del campo de la salud y la comunicación para lograr un impacto más significativo.

Compromiso:

Estamos comprometidos con la mejora continua y el impacto positivo en la salud pública a través de nuestras acciones y proyectos.

II. Principios rectores:

- Está fundado en el entendimiento y desarrollo de la comunicación como factor estratégico de los sistemas de salud.
- Incentiva el fortalecimiento de políticas, planes y diseño estratégico de comunicación en salud gracias a la *investigación basada en la experiencia* como elemento de gestión organizacional.
- Genera conocimiento e intercambio de experiencias considerados como bienes públicos colectivos, mediante el uso proactivo de tecnologías de información y comunicación (TIC) reconociendo las experiencias y buenas prácticas comunicacionales de diferentes instituciones de salud público privadas.

- Promueve la investigación y difusión de las buenas prácticas institucionales, impulsando la producción de información confiable para su uso ampliado por las instituciones público -privadas generando sociedades estratégicas.
- Aborda la relación entre comunicación, salud, investigación y formación entendiendo como imperativo la transformación organizacional para anticiparse y adaptarse ágilmente a escenarios futuros.
- Es un espacio interdisciplinario y horizontal que promueve el trabajo en equipo, la creatividad e innovación como características inherentes a la Comunicación en Salud de la era digital captando demandas, vacancias y tensiones sobre las que puedan dialogar los espacios de formación y los espacios laborales.
- Entiende sobre la comunicación digital como nueva territorialidad para abordar distintas problemáticas sociales de relevancia a partir del diagnóstico y análisis de las prácticas comunicacionales de las distintas organizaciones involucradas, sean públicas, privadas y/o sin fines de lucro.
- Promueve la formación continua de profesionales especializados en la gestión de la comunicación mediante el aprendizaje de nuevas competencias gerenciales en habilidades sociales y blandas para la gestión efectiva de equipos de alto valor.
- Es un espacio intersectorial de solidaridad y fortalecimiento continuo en red, convocando, integrando y acompañando los procesos de sus miembros en forma activa, construyendo acuerdos e implementando estrategias para garantizar la sostenibilidad de estos vínculos.

III. Objetivos

- Generar y promover un espacio de reflexión, investigación y extensión mediante la creación de conocimiento específico en la materia comunicación en salud.
- Establecer las bases de un modelo de comunicación científica en el área de salud pública-privada.
- Desarrollar programas y acciones en distintos escenarios sociosanitarios, en colaboración con una red de organizaciones públicas - privadas.
- Propiciar sociedades estratégicas con instituciones de salud y académicas mediante la firma de acuerdos marco y específicos de colaboración e intercambio.
- Elaborar proyectos que propicien la integración de equipos profesionales y no profesionales a trayectos de investigación/extensión para producir nuevos conocimientos.
- Contribuir a la formación de profesionales con mirada crítica acerca de la comunicación en salud a través de seminarios, charlas, encuentros, congresos y otros espacios.
- Propiciar el diálogo con organizaciones de salud público privadas, efectores del sistema sanitario y universidades para la creación de un centro de documentación de indicadores.
- Diseñar y desarrollar programas de mejora continua a medida mediante la planificación estratégica y operativa, la medición y control de indicadores, satisfacción del cliente externo e interno.

- Constituir un ámbito de consulta en materia comunicacional para organizaciones de salud público-privadas y universidades.
- Crear nuevos espacios de diálogo para acercar la comunicación efectiva y asertiva a los equipos de gestión como herramienta de alto valor.
- Incentivar la formación de capital humano apto y capacitado en nuevas temáticas, innovación y tendencias.
- Alentar la formación y capacitación de equipos de salud no asistenciales como un elemento estratégico para la gestión en salud.
- Crear una oferta académica innovadora, accesible y situada en las oportunidades, potencialidades y desafíos de la era digital mediante espacios de formación continua tanto presenciales como virtuales.
- Alentar la producción académica de publicaciones, artículos y ponencias en congresos.
- Constituir un ámbito de referencia para organizaciones público-privadas en la temática Comunicación en Contextos de Crisis.

IV. Líneas de investigación propuestas hasta el momento.

Las líneas de investigación del Observatorio se configuran para abordar los ejes vinculados a la comunicación en salud.

Nuestros ejes de trabajo, en principio son:

- Comunicación organizacional (interna y externa).
- Comunicación y Atención Humanizada.
- Comunicación en contextos de Crisis
- Territorialidad Digital.
- Redes Integradas de Servicios de Salud.
- Educación y Formación Profesional.
- Planificación Estratégica y Gestión.
- Género, Inclusión y Comunicación.
- Políticas Públicas Sanitarias.
- Espacios Digitales y Social Media.
- Investigación Basada en la Experiencia.
- Imagen organizacional.

V. Categorías y Temáticas propuestas hasta el momento.

Estas categorías son iniciales, con posibilidad de sumar otras.

Categoría: Guías / Protocolos

Temática: Comunicación y Salud, Ocio y tiempo libre, Comunicación en salud. Procesos organizacionales centrados en las personas. Comunicación en Contextos de Crisis.

Categoría: Estudios/informes

Temática: Comunicación en Salud, Salud Pública, La comunicación en salud y los hospitales inclusivos, La comunicación en red y las relaciones entre los nodos públicos y privados

Categoría: Documentación

Temática: Comunicación y Salud, Promoción y Educación para la Salud, Salud Pública, Comunicación en salud. Procesos organizacionales centrados en las personas.

Categoría: Recomendación de Buenas Prácticas

Temática: La comunicación entre pacientes, El periodismo especializado en temas de salud, La comunicación en red y las relaciones entre los nodos públicos y privados

El Observatorio Comunicación en Salud de la Universidad Nacional Arturo Jauretche de Florencio Varela, Buenos Aires, tiene como finalidad el estudio de la comunicación en relación a los procesos de atención en salud.

Con tres ejes temáticos: la comunicación interpersonal en la organizaciones de salud, la comunicación entre instituciones de salud y las personas en busca de atención y el análisis de la información psico-socio-sanitaria difundida en social media, medios de comunicación de masas y gráfica.

VI. El Programa Observatorio Comunicación en Salud, despliega las siguientes líneas de análisis e investigación propuestas hasta el momento. :

- La comunicación como diferencial en los procesos de atención sanitarios centrados en las personas.
- La comunicación como el eje clave de la gestión.
- La influencia del marketing de salud y de la publicidad en conductas y hábitos de vida.
- La comunicación entre el equipo de salud, las organizaciones de salud y las/os pacientes.
- La comunicación entre pacientes.
- La comunicación en red y las relaciones entre los nodos públicos y privados
- El análisis de cómo se trata la salud en la social media y los medios de comunicación.
- Estrategias de marketing en salud para la promoción de la salud.
- El periodismo especializado en temas de salud.
- La comunicación en salud como construcción interdisciplinaria.
- La comunicación en salud, ocio y tiempo libre.
- Comunicación en Salud y la Salud Mental.
- Comunicación en Salud y Educación.
- Comunicación en contextos de crisis.
- Comunicación en salud. Satisfacción del usuario/a.
- Comunicación en salud. Procesos organizacionales centrados en las personas.
- La comunicación en salud y los hospitales inclusivos.

