

ción interpersonal un asunto de supervivencia. Recordando a Jean Paul Sartre, quien obtuvo el premio novel de literatura: "Desconfío de lo incomunicable, de lo indecible, ello es la fuente de toda violencia". Todo se puede decir si lo decimos con respeto.

Muchas gracias.

La Comunicación Humano-organizacional y la atención médica

DR. JOSÉ ANTONIO CORREA ARREOLA

Maestro normalista, con especialización didáctica en el área de: física, química y matemáticas. Licenciatura: Psicopedagogía: IUSE. Administración de empresas: Universidad La Salle. Especialidad: capacitación y desarrollo del factor humano. Estudios de maestría en calidad – productividad: ULSA. Estudios de filosofía y sociología: U. Salesiana. Diplomado: productividad y desarrollo humano –organizacional exitoso catedrático en la UNAM, LA SALLE y ITSEM. Conferencista en diversos foros nacionales e internacionales sobre temas como: Desarrollo de talento: factor humano. Sistemas de calidad - productividad. Liderazgo y modificación de cultura. Competitividad y capacidad de respuesta. Ventas y marketing moderno. Cultura de calidad en el servicio: "el servicio", la diferencia competitiva. Las motivaciones del mexicano. Liderazgo, influencia y cambio de cultura.

El estado natural de los humanos es el estado de salud. El tan anhelado bien estar.

Es el perfecto estado mental físico y psicológico para incrementar sustancialmente la propia calidad de vida en relación con los ambientes y circunstancias que seamos capaces de crear.

Lo anormal es la enfermedad.

La salud es armonía, funcionalidad de todos y cada uno de los componentes estructurales del sistema individual y humano - organizacional.

La estructura del sistema humano - organizacional es el conjunto armónico bio – psico - espiritual – social.

Bio: la parte del organismo que ya en si mismo es un maravilloso sistema sincronizado e interactivo en el que es evidente la armonía en estado de salud. La disfuncionalidad y la disonancia. El mal estar en el enfermo.

Psico: la parte complemento de la esencia humana: el soma y su inseparable psique, la materia y la forma. Entre ambas, cada una cumpliendo su misión: funciones específicas demandadas por su complemento para dar vida al ser humano, individuo único e irrepetible, con una misión, razón

y sentido de vida, con necesidades y potenciales, con demandas y exigencias, con valores, con vicios y herencias que a veces pesan como lastre y en ocasiones impulsan y aceleran hacia lo que valora la vida misma.

Actualmente se ha rescatado el concepto de emoción, bajo el enfoque de "inteligencia emocional".

Yo prefiero enfocarlo hacia la madurez emocional, hacia el manejo inteligente de las emociones como disparadores de la salud holística del ser humano en relación con su entorno total en la dimensión adecuada, lugar y momento correcto.

Las emociones son factores importantísimos en la vida de los humanos.

En verdad el hombre por ser inteligente, es el único capaz de conscientizar sus emociones. somos los únicos que sabemos que reímos, que amamos, que odiamos, que nos emocionamos al relacionarnos con algo o con alguien en las circunstancias de la vida.

En verdad, si los seres humanos aprendiéramos a sonreír, si rescatamos y valoramos el sentido del humor en su justa dimensión, si nos relacionamos más asertivamente, seguro desterraríamos muchas enfermedades características de la época, eliminaríamos por lo menos al asesino silencioso: el estrés y todas sus consecuencias. Nuestros sistemas y subsistemas actuarían sincronizadamente. Nuestro estado de salud y calidad de vida por tanto serían superiores.

En otras áreas y tópicos de la vida, en las relaciones con los demás, nuestro desempeño se vería mejorado, superior y altamente satisfactorio para el proveedor y para el usuario.

La vida de las personas adquiere sentido, cuando lo que hacen les satisface porque lo hacen con gusto, porque lo hacen bien porque así lo quieren, por propia decisión, porque cumplen con su vocación.

Cuando el profesional de la salud ejerce tomando en cuenta los estándares del servicio, él mismo, su profesión y la sociedad a la que se entrega adquieren dimensiones justas, adquieren excelencia, trascienden, son amplia y profundamente humanos porque incrementan la calidad de vida en las personas y en si mismo profesionales.

Insensible pero intencionalmente nos adentramos en el siguiente elemento del sistema humano: lo social – organizacional porque es natural en el hombre mostrarse organizado socialmente.

Vivimos en sociedad, actuamos responsablemente en sociedad, demandamos calidad de vida en la sociedad a través de las instituciones y los organismos adecuados.

Proponemos impulsar la cultura de "salud holística" mediante la educación, cada institución, cada centro hospitalario, cada consultorio debe convertirse en agente de educación en la salud.

¿Qué pasaría si la institución y cada célula dedicara un diez por ciento de sus recursos, limitados, pero al fin recursos, a educar a la población en la salud?.

¿Dedicamos mayor cantidad y capacidad a prevenir en lugar de remediar?

¿Orientamos a los usuarios sobre cómo conservar su estado de salud, a disminuir los agentes degenerativos, a convertirse en agentes saludables, menos contaminantes, más integrados a la naturaleza, más conscientes de la salud ambiental?

Si nos enfocamos hacia lo natural y retomamos lo básico de un sistema de salud integral en el que se propicia la simbiosis armoniosa de los elementos estructurales?

Si cada uno de nosotros los usuarios nos ocupamos más por mejorar nuestros niveles de calidad de vida y esperamos menos a ver quien mueve un dedo?

Si quienes somos los responsables de las instituciones dedicadas a la salud enfocamos nuestras capacidades y nuestra vocación de servicio a mejorar no solamente la operatividad de las mismas sino además la orientación hacia los usuarios?

Si revisamos y evaluamos nuestro desempeño como profesionales y como organizaciones con respecto a las demandas de la sociedad en el momento. ¿cuál sería nuestra capacidad de respuesta desde el punto de vista del usuario?

Si dedicamos un tramo de nuestro tiempo y todas nuestras capacidades para diseñar un escenario factible, con capacidad de respuesta presente y futura, si actuamos con inteligencia y actitud proactivas, si somos los artífices de una sociedad más de convivencia, más armónica y menos utópica?

Si a partir de hoy nos decidimos a cambiar, a buscar respuestas, a proponer mejoras en nuestras zonas de influencia, a ser más tolerantes y permitir que otros aporten lo que nosotros no podemos?

Si a partir de hoy miramos más hacia adelante y construimos, y menos hacia atrás, y dejamos de perder las oportunidades?

Estoy seguro, y creo que ustedes también lo están, que nuestros aspectos corporales, psicológicos y espirituales, así como los organizacionales gozarían de mejor salud.

En la mejora de las organizaciones no hay panaceas como tampoco hubo piedra filosofal ni existe la fuente de la eterna juventud sinónimo de saludable, prestancia y galanura.

En la mejora de las personas y de las organizaciones lo que existe son las oportunidades.

Para aprovecharlas, se requiere de talento, estrategia y persistencia a fin de lograr realizar la misión y la visión específicas del todo y de cada una de las células componentes del sistema.

Victor Frankl, el fundador de la tercera escuela vienesa de psicoterapia: la logoterapia, nos propone en su libro "el hombre en busca de sentido" que cuando el individuo descubre una razón suficiente para vivir, cuando tiene un por qué, cuando algo le motiva y le compromete, cuando determina una misión y diseña una visión, la existencia humana adquiere nueva y variada dimensión.

Frankl toma la tesis de Nietzsche: "quien tiene un por qué para vivir, encontrará casi siempre el cómo". y la procesa a su estilo de búsqueda, aprende y la proyecta, su propuesta es la logoterapia en la que el hombre adquiere conciencia de su existencia.

Nuevamente les invito a relizar un análisis existencial con un enfoque de calidad humano – organizacional que nos arroje luz en el tiempo y en el espacio de que somos responsables a fin de heredar, a las siguientes generaciones, un mundo mejor en que podremos convivir y compartir más humanamente.

Nuestro estado natural es vivir saludablemente todos los aspectos del sistema humano, comprometidos con las organizaciones que propician el clima adecuado para desarrollar una vida plenamente satisfactoria para cada uno de nosotros, y para todos y todo cuanto nos rodea.

La comunicación.

La comunicación entre el médico, el paciente y las organizaciones, es vital para el buen funcionamiento.

En los procesos de recuperación y prevención de la salud, existe un ingrediente importantísimo, indispensable, determinante en la mayoría de los casos: la confianza.

Cuando el paciente confía en el médico, cuando el médico confía en la institución, el paciente confía en el sistema y se activa el proceso.

En ocasiones me ha tocado escuchar a pacientes que dicen: "doctor nada más con verlo a usted, siento que me compongo, la enfermedad se espanta y me siento bien". El médico y el paciente se respaldan mutuamente.

Lo mismo sucede entre el médico y la organización. Se respaldan mutuamente. Uno y otro se otorgan credibilidad y generan ascendente entre los usuarios y en el medio. Es una organización con capacidad de respuesta en vías de convertirse en líder, en organización de calidad total orientada al cliente – usuario, con categoría de clase mundial.

Es una organización líder, congruente con sus principios en el cumplimiento de su misión. Es una organización inteligente, en estrecho diálogo con el entorno.

En la comunicación los factores críticos son:

- confianza.
- credibilidad y calidad – satisfacción.
- compromiso

La resultante es calidad: satisfacción total, capacidad de respuesta en el servicio.

Organizaciones inteligentes orientadas a los usuarios, cumpliendo la misión que les da la razón de ser y actuar adecuadamente en la sociedad a la que se deben.

Desarrollar este tipo de empresa de clase mundial con calidad total no es fácil, pero es posible si tenemos fe, dedicación, disciplina, orgullo y compromiso incondicionales, nada es fácil pero tampoco imposible.

Veamos uno por uno:

Credibilidad.

¿Cómo la podemos lograr?. ¿cómo conservarla a pesar de su fragilidad?. Ganar credibilidad implica esfuerzo constante y tiempo. mantener la credibilidad es la principal meta en la vida de un verdadero líder, un pequeño error significa echar por tierra el duro trabajo de años.

Comunicar con credibilidad es un estilo de vida, es un arte que usted puede desarrollar siguiendo estas sencillas reglas:

Congruencia entre el discurso y los hechos.

Cuando nuestro lenguaje verbal y el no verbal van por caminos diferentes; cuando emitimos mensajes confusos provocamos dudas e indecisiones.

Cuando el verbo, la actitud y la conducta son congruentes la credibilidad se fortalece e incrementa.

Cuando observamos conflicto entre los mensajes verbales y las conductas, los mensajes de la conducta se convierten en evidencias y son creíbles. "No escucho tus palabras porque tus ejemplos (hechos) me están gritando".

La congruencia entre lo que dices, cómo lo dices y lo que haces incrementa la credibilidad en las comunicaciones.

Habilidad para escuchar y observar.

Si mejoramos nuestra habilidad como escuchas, nuestras posibilidades para aprender, entender y comprender se incrementan sustancialmente.

Escuchar y observar son la clave en la comunicación y el poder que genera la información en el trato con los demás sean clientes, empleados, seguidores o sencillamente interlocutores.

Escuchamos con la mente y lo demostramos con la actitud corporal.

En el saber escuchar y observar está la discreción.

En el ambiente competitivo la discreta observación es una herramienta que nos da poder y nos pone en ventaja.

Nunca prometa algo que no esté dispuesto a cumplir.

Cuando nos soltamos de la lengua e irresponsablemente prometemos algo que no cumplimos, la credibilidad se desvanece, se pierde.

Si alguna vez hemos prometido algo que no hemos cumplido, tomemos en cuenta esta regla: piense bien y decida antes de prometer algo.

Cuando se comunique, hágalo con sentimiento, póngale sabor, las buenas comunicaciones nacen del corazón.

Los buenos comunicadores son creíbles porque ponen pasión en lo que dicen, es clara la diferencia entre el comunicador genuino y el que es artificial, el genuino suena creíble, el artificial suena hueco.

Comunicar es pintar y transmitir imágenes con palabras sencillas e inteligentes.

En la comunicación es tan valiosa la forma como el contenido.

Muéstrese honesto.

Sea honesto desde el principio y su credibilidad permanecerá intacta.

Cuando usted se convierte en líder, automáticamente acepta la responsabilidad total de sus palabras y sus hechos.

Sea sencillo, accesible y humilde.

Si usted se comporta sencillo, humano, y accesible, su poder se incrementa, la gente le cree, lo sigue y lo imita.

La mejor estrategia para influir en los interlocutores es con los argumentos del silencio y el ejemplo.

El sencillo proceso de la comunicación:

- Piense bien lo que va a decir.
- Observe a quien se lo va a decir.
- Fíjese y decida cómo se lo va a decir.
- Ahora sí está preparado, dígaselo.

La comunicación en las organizaciones no es la panacea pero sí es muy valiosa. Es el lubricante y catalizador entre las diferentes áreas y personas. Es la liga, el medio, la fuerza de cohesión entre lo diferente y lo diverso.

Comunicar no es uniformar, es armonizar la diversidad, es dialogar y negociar las diferencias. Es comprometerse a compartir para enriquecerse, es ver capturar y analizar el mismo escenario desde diferentes perspectivas. Es comprometerse y sacar lo mejor de cada individuo en beneficio de la comunidad, comunicación es la acción común en la que todos arriesgamos porque todos hacemos lo necesario para ganar.

El servicio trasciende el tiempo y el espacio al que pretenden limitarlo, va más allá de lo biológico y toca dimensiones incomprensibles quizá, pero evidentes en las experiencias de muchos de los que estamos aquí.

La profesión de uds. los médicos es un ministerio, cuyo estigma es el servicio a lo más sagrado: la vida. incrementar la calidad de vida en los humanos. Educar en la salud generando y reforzando la cultura de armonía en la coexistencia de cuerpo y psique.

Si en la evaluación propuesta, aplicamos el principio fundameantal de que "nadie da lo que no tiene", es obvio que no podremos pedir peras al olmo.

Requerimos organizaciones inteligentes con amplia capacidad de respuesta. Centros de atención profesional donde los valores humanos son prioritarios, el ambiente reinante es de respeto y tolerancia pero también de exigencia donde cada una de las partes cumple y hace sus tareas.

Organizaciones dirigidas por líderes apoyadores y desarrolladores de talento, donde el clima y la relación se rigen por la complementariedad y el trabajo en equipo con alto espíritu de servicio.

Requerimos de factores de cambio, de pioneros, de creativos, de gente que proponga escenarios factibles.

Necesitamos de líderes que sean simiente de calidad de vida en la sociedad. Necesitamos gente con valores, que sean congruentes.

Necesitamos personas con carácter que tengan mando y sepan generar y compartir el poder que otorga la capacidad de ejercer la vocación de servicio.

El reto a la fecha es, construir organizaciones inteligentes, competitivas guiadas por líderes creativos, comprometidos con sus propuestas, que conviertan el desafío en objetivos y los objetivos en realidades.

Necesitamos más gente comprometida y menos criticones.

Necesitamos más personas con propuestas, constructores de equipos de alto rendimiento.

Necesitamos más líderes comprometidos que sean factor de cambio.

Necesitamos mas realizadores y menos espectadores.

Necesitamos más gente con calidad que sean educadores en calidad congruentes con lo que piensan, lo que dicen y lo que hacen.

Necesitamos más personas fuertes, física, mental, y espiritualmente que se atreban a transmitir, transformar y trabajar en equipo para poder crear un mundo mejor, más saludable y digno de ser habitado.

La calidad de vida en la personas es directamente proporcional a su compromiso con la calidad total sin reparar en posiciones ni esfuerzos.

Mapas comunicacionales en la atención médica

DR. CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO

Licenciado en Comunicación por la Universidad Anáhuac. Maestría y doctorado en la Michigan State University. Subcoordinador General de Comunicación Social de la Presidencia de la República. Secretario particular de la primera dama. Director General de R.T.C. Rector de la Universidad de Celaya. 10 libros publicados. Académico de número de la Academia Mexicana de Comunicación. Miembro de honor de la Asociación Española de Profesionales de la Comunicación. Teponaxtli de Malinalco de la Asociación de Publicidad por el mejor programa de televisión y mejor campaña no comercial de información social. Primer lugar en la categoría de investigación de la AMCO. Ha sido conferencista en varios países de habla hispana.

Para el tema de la plática de hoy, los nuevos mapas en la relación médico-paciente, necesitamos un atlas, una colección de mapas distinta a la que existe para localizar nuestros movimientos. Por ejemplo, si hoy se le muestra a un adolescente el mapa antiguo, el viejo mapamundi, no será suficiente para que los jóvenes lleguen a su objetivo. Sin embargo, constantemente los tratamos de formar con el

mapa que no los llevará, ni los sacará del momento en que no encuentran el camino.

¿Cómo encontrar puntos de referencia en el mundo global, en este mundo que se está alzando para sustituir al antiguo? En el caso de la relación médico-paciente, el territorio ya cambió y hay muchos médicos que siguen usando el viejo mapa para ubicarse en el mundo de hoy, pero también hay muchos pacientes que están en la misma situación. El espacio en que nos desenvolvemos ha cambiado y exige otros mapamundis.

Por ejemplo, para obtener el aprendizaje se hacía una búsqueda, hoy el aprendizaje llega. El conocimiento nos encuentra y está en todos lados. Digamos que el nuevo atlas, debe especificar con claridad las redes que rebasan los obstáculos naturales e históricos, un mapa ciertamente mucho más complejo.

Para hablar en términos de comunicación, debe ser un mapa que trascienda la peregrinación de los mensajes. Estaba haciendo algunas reflexiones en torno a la dificultad que existe hoy en la relación médico-paciente. Cuál es el nuevo territorio, sobre el cuál debemos trazar un mapa: por ejemplo, hoy un médico tendrá alrededor de entre 100,000 y 160,000 entrevistas con pacientes a lo largo de su vida profesional. Ese es un dato de 1998, aunque hay que buscar un término medio de la diferencia entre una y otra cifra, unos 130,000 entrevistas con paciente.

El médico en la actualidad vive presionado por mejorar su diagnóstico, ahorrar tiempo, aumentar el índice de retención de pacientes, superar la marca de satisfacción de estos y lograr del paciente un mayor cumplimiento de sus disposiciones.

Para darles otra estadística más impresionante del año 2000, en el terreno comercial la pérdida de un cliente y la creación de uno nuevo, cuesta cinco veces más que el retenerlo. En el caso de la relación médico-paciente, siete veces, si yo pierdo un paciente voy a tener que gastar siete veces más para obtener otro que lo sustituya. Por el lado de los pacientes, los encontramos sumamente acertivos, a veces agresivos, muchísimo más informados y, al mismo tiempo, más desinformados. Encontramos pacientes más propensos al litigio, a sancionar al médico o a la institución, cuando alguno se equivoca. Encontramos pacientes mucho menos leales. En síntesis, el territorio de la relación médico-paciente ha cambiado radicalmente. Es un cambio dramático:

Por un lado, hay que hacer un mejor diagnóstico en menos tiempo, mantener contento al paciente y hacer que cumpla con las especificaciones para que se cure. Por el otro lado, el paciente es crítico, algunos son informados y otros no tanto. Creo que los médicos tienen que crear "ámbitos" en estas 100,000 ó 160,000 consultas que realiza un médico. Un "ámbito" es muy difícil de crear.

Generalmente, lo que se llega a crear con mucha facilidad son pacientes-objeto. Sin ser médico, puedo hacer un paralelismo con las muchas entrevistas que he realizado y