

**Asignatura:** Comunicación en Instituciones de Salud

**Carrera a la cual pertenece:** Tecnicatura en Información Clínica y Gestión de Pacientes

**Ciclo lectivo:** 2018

**Docentes:** Coordinadora: María Teresa Poccioni. **Docentes:** Florencia Montori, Soledad Ramirez

**Carga horaria semanal:** 3 horas semanales

### **Fundamentación**

La asignatura Comunicación en Instituciones de Salud está ubicada en el tercer año del plan de estudios de la carrera de Tecnicatura en Información Clínica y Gestión de Pacientes, y según el sistema de correlatividades los estudiantes deben cursar previamente materias de primer año tales como: Prácticas Culturales, Problemas de Historia Argentina, Salud Pública, Psicología y Organización de Servicios de Salud.

La propuesta de la materia se basa en la creciente importancia de la comunicación, reconocida ampliamente, en los procesos vinculados a la salud en general y a las organizaciones de salud, considerándola desde una perspectiva integral que trascienda la visión instrumental que ha dominado durante décadas en el campo de la comunicación institucional.

En la propia fundamentación de la carrera en el Plan de Estudios se señala la necesidad de pensar las instituciones hospitalarias a partir de modelos abiertos y dinámicos, articuladas con su entorno, así como se plantea que el sistema de atención debe ser "integral, más ágil y personalizado". Igualmente se pondera la necesidad de "articular estructuras que faciliten la coordinación de las actividades que se producen alrededor de la asistencia médica, con la finalidad de mantener en todo momento un principio básico de compromiso con el paciente y eficiencia en la utilización de los recursos en el proceso asistencial". En cada uno de los aspectos señalados podemos decir que interviene la comunicación, por lo cual es importante que los estudiantes de esta Tecnicatura adquieran herramientas conceptuales para comprenderla e incorporarla como una competencia necesaria en su práctica profesional. En ese sentido, se introducirán conceptos vinculados a la comunicación institucional que permitan reconocer a la comunicación como un proceso, a los procesos de comunicación que atraviesan las organizaciones de salud, y los abordajes posibles para poder actuar en ese campo.

### **Objetivos:**

Que los/las estudiantes:

- comprendan a la comunicación como dimensión transversal de las instituciones en general y de las de salud en particular.
- analicen críticamente los procesos de comunicación que se producen en las instituciones de salud.
- adquieran herramientas para identificar problemas de comunicación institucional y actuar en consecuencia

### **Contenidos mínimos:**

*Las instituciones como ámbitos de producción y circulación de significación. La comunicación institucional: marco teórico, alcance, perspectivas. La comunicación interna y externa en las organizaciones de salud. Comunicación y cultura organizacional. Comunicación y trabajo en equipo. Gestión de la comunicación. Fundamentos Teóricos. Planificación de la comunicación. Métodos y estrategias de comunicación.*

### **Contenidos temáticos o unidades:**

*Unidad temática 1:*

Introducción al concepto de comunicación. Amplitud y complejidad del campo. La comunicación en la vida cotidiana. Elementos que integran los procesos de comunicación desde las distintas perspectivas teóricas. Comunicación / información. La comunicación como producción y circulación de sentidos.

*Unidad temática 2:*

Caracterización de las instituciones de salud: institución/organización. Características generales de las instituciones: estructura, funciones, actores y roles. Conceptualización de la comunicación: su lugar en las organizaciones de salud. Las instituciones como ámbitos de producción y circulación de sentido. Las instituciones y el poder.

*Unidad temática 3:* La comunicación institucional desde distintas perspectivas teóricas, modelo difusionista, modelo relacional. La comunicación en el escenario institucional: definiciones, características, distintas concepciones desde donde pensarla. Comunicación formal e informal, Comunicación interna y externa.

*Unidad temática 4:* La cultura organizacional: definición, funciones, características, distintos tipos de cultura organizacional. Identidad e imagen institucional. La comunicación pública: los medios masivos tradicionales y la era de internet. El uso de las redes sociales.

*Unidad temática 5:* La comunicación estratégica. Identificación de problemas y oportunidades de comunicación en las instituciones de salud. Diagnósticos de comunicación institucional: distintos tipos, alcances y limitaciones. La gestión de la comunicación institucional. Comunicación y calidad de atención.

**Bibliografía:**

**Unidad temática 1:**

- Mata, M.C. (1985) Nociones para pensar la comunicación. Material del Centro de Comunicación educativo La Crujía. Curso de especialización "Educación para la comunicación.
- Rizo García, M. (2009) La comunicación ¿ciencia u objeto de estudio? Apuntes para el debate, Revista Question Vol. 1, Num. 23 Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).
- Uranga, Washington (2008). Mirar desde la comunicación. Mimeo.

**Unidad temática 2:**

- Foucault, M. (1978). Incorporación del hospital en la tecnología moderna. Revista EducMed Salud Vol. 12, Nro 1
- Schvarstein, L. (1995). Psicología social de las organizaciones. Capítulo 1. Buenos Aires: Paidós.
- Martínez Solana, M. Y. (2011). La responsabilidad de las instituciones públicas en la comunicación sobre salud, en Ubaldo Cuesta Cambra, Tania Menéndez Hevia, Aitor

Ugarte Iturrizaga (coordinadores), *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*.  
Madrid: Editorial Complutense

### Unidad temática 3:

- Amado Suarez, A.; Castro Zuñeda, C. (1999), *Comunicaciones públicas: el modelo de la comunicación integrada*. Capítulo 1. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Eldin, F. (1998), *El management de la comunicación*. Buenos Aires: Edicial.
- Kaplun, G. (junio 2002). Seis maneras de pensar la imagen organizacional. VI Congreso de ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - Grupo de Trabajo: Comunicación Organizacional, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.
- Medina Aguerrebere, P. (2012) El valor estratégico de la comunicación interna hospitalaria. *Revista de Comunicación y Salud*. Vol.2 Nro 1.

### Unidad temática 4:

- Amado, A. (2010) *Prensa y comunicación: relaciones informativas responsables*. Capítulo 1. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Amado Suarez, A.; Castro Zuñeda, C. (1999), *Comunicaciones públicas: el modelo de la comunicación integrada*. Capítulo 2. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Costa, Joan (2003). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Ritter, M. (2008) *Cultura organizacional*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

### Unidad temática 5:

- Bruno, D., Uranga, W; Vargas, T.(2012) *Diseño estratégico*. Cuadernos de Cátedra 7:Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales - Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP.
- Poccioni, MT (2015). *Hospitales públicos desde la mirada comunicacional*. II Congreso Comunicación / Ciencias Sociales desde América Latina –COMCIS“El rol del estado en los escenarios de transformación y los procesos democráticos populares”. Actas de Periodismo y Comunicación FPyCS – UNLP  
<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/2915/2516>
- Poccioni, MT (2011). *Informe: La Señalización como indicador de calidad en hospitales*. UNLP.

### Propuesta Pedagógico-Didáctica:

Al tratarse de una asignatura con una cursada semanal de tres horas, se trabajará durante esa instancia en distintas secuencias que irán del trabajo conceptual o teórico a la ejercitación práctica y viceversa, según las características del tema del que se trate. Se incentivará la participación en clase a través de distintas técnicas (juego de rol, lluvia de ideas, entre otras) y se fomentará la lectura y escritura a través de trabajos prácticos que se realizarán en forma grupal.

### Régimen de aprobación:

La asignatura podrá aprobarse por promoción directa o por examen final. En ambos casos, los/las alumnos/as deben poseer una asistencia no inferior al 75% de las clases para aprobar la cursada. Para poder promocionar, deberán obtener como nota final 7 o más, como resultado de

distintas instancias evaluativas parciales en las cuales también deberán obtener 7 como mínimo, pudiendo sacarse ó en alguno de dichas instancias (promocionará siempre y cuando en las otras instancias obtenga una nota tal cuyo promedio sea de 7 o más). Para aprobar la cursada y poder rendir examen final, la nota a obtener es de 4 o más.

La composición de la nota final surge del promedio de dos instancias de evaluaciones parciales: un examen parcial y un trabajo final; y una nota de concepto la cual se basa en participación en clase y entrega de trabajos).