

# Comunicación profesional

## *Professional communication*

Eugenio L. Henry

Trainer de Dale Carnegie Internacional / Miembro de la Academia Privada de Oratoria Contemporánea (APOC) / Coautor del libro: *Oratoria Contemporánea - Para Aprender a Hablar en Público*.

Durante el siglo pasado (xx), el ser humano alcanzó el mayor progreso científico y tecnológico de toda la historia en el campo de lo experimental, en las ciencias de la naturaleza, aunque no puede decirse lo mismo respecto de las ciencias del espíritu. Si el siglo xx ha sido el siglo de la tecnificación, el actual debería ser necesariamente el de la humanización: el hombre ha perdido algo, se ha vuelto menos humano, por lo tanto es preciso aceptar que quien tiene que humanizarse es el hombre, y no los instrumentos, aunque éstos indudablemente colaboren con una mejor calidad en la atención.

La comunicación es un elemento esencial en el funcionamiento social humano, ya que les permite a los individuos y a los grupos relacionarse entre sí, conformando, de este modo, la sociedad misma.

Los medios de comunicación constituyen una parte esencial de la realidad actual, son parte de ella, nadie escapa de su cotidiana presencia. Por eso se dice que lo que no está en los medios no existe. Y, además, se piensa que todo lo ofrecido allí, en los medios, “es serio” y “es bueno”.

Esto se refleja en la relación médico-paciente: “Si está en los diarios, la radio, la televisión o Internet, debe ser verdad”, en especial si la información tiene un sesgo esperanzador.

Hoy en día, la medicina, la odontología y todo lo relativo a la salud humana son publicitados por estos medios de comunicación, a los que la gente les presta gran atención.

Asimismo, es sorprendente el acceso a la información; no es casualidad que un alto porcentaje de los pacientes que acuden a una consulta, tanto médica como odontológica, hayan investigado previamente en Internet: 1) quién es el profesional que los va a atender, incluidos sus títulos, trayectoria, trabajos realizados, etc., y 2) cuál

es la naturaleza de la lesión que padecen y/o cómo se describe la terapéutica que van a solicitar o recibir.

Todo esto influye al extremo de sentirse capaces de hablar “mano a mano”, en un mismo plano, con el profesional que los atiende, a partir de lo cual éste ya no se encuentra en un pedestal desde el cual, magistralmente, prescribe procedimientos. Por el contrario, hoy en día el profesional ha descendido casi a un plano de igualdad respecto de quien realiza la consulta, pese a que –por lo general– el paciente está informado a medias o mal informado (ya que “no todo lo que se encuentra en Internet o se lee en los diarios es confiable o veraz”), realiza preguntas, y busca información y credibilidad por parte del profesional.

De modo que los profesionales debemos mantenernos muy bien informados, no sólo en el sentido de la formación continua que hace a nuestra profesión, sino también en lo relativo a los aspectos científicos y educacionales que puedan ser compartidos con el paciente, a fin de humanizarnos, intercomunicarnos y lograr brindar credibilidad y confianza.

Ya lo decía un aforismo hipocrático hace 2500 años: “Muchos pacientes se curan solamente con la satisfacción que le produce que un médico que los escuche”.

La comunicación humana es un proceso de intercambio de información entre un emisor y un receptor, que supone la percepción de un significado común entre ambas partes<sup>1</sup>. Por lo tanto, es fundamental –en el proceso comunicativo– que el emisor y el receptor arriben a un significado común, es decir, que el receptor llegue al mismo significado que pretende expresar el emisor, para poder hablar de una **comunicación eficaz**<sup>2</sup>. Sin embargo, en muchas ocasiones, el emisor y el receptor no alcanzan a compartir un mismo significado. Esto es así porque en la comunicación humana influyen, entre

otros factores, los sentimientos de ambas partes, así como sus actitudes, prejuicios, expectativas personales o experiencias vividas; por ello, no siempre un emisor y un receptor logran establecer una comunicación eficaz, elaborar un mismo significado.

Aunque el auténtico significado de cualquier comunicación no es tanto lo que el emisor pretende decir, sino el efecto que dicho acto de comunicación provoca en el receptor, se trata de un hecho inherente al propio proceso comunicativo, y carece de excesiva importancia en la mayoría de los ámbitos de la vida cotidiana de las personas.

Más allá de esto, en el ejercicio de cualquier tipo de profesión que implique relaciones interpersonales directas como elemento laboral básico, es imperativo que el profesional se involucre y se sienta motivado a conseguir una comunicación eficaz, pues, de lo contrario, la relación se empobrece, resintiéndose la calidad del servicio prestado<sup>3</sup>. Por lo tanto, el servicio ofrecido por estos profesionales se basa en la comunicación.

Toda relación terapéutica implica, de modo necesario, un proceso de relación interpersonal<sup>4</sup>. El profesional lleva a cabo su función mediante una interacción directa con otra persona, por lo que la comunicación interpersonal es una de las herramientas imprescindibles de su trabajo<sup>5</sup>. En la medida en que sea capaz de interactuar de manera apropiada y satisfactoria con el paciente, mejorará su función profesional y obtendrá el máximo rendimiento de las competencias técnicas que posee.

Ofrecerle al paciente un trato empático y de alta calidad no sólo es un compromiso ético del profesional odontológico, sino que, además, resulta de gran utilidad para poder diseñar mejor los procesos terapéuticos y asistenciales en la dirección de las necesidades reales de cada persona, así como para recoger información de utilidad diagnóstica y para lograr una mayor comprensión y adhesión al tratamiento por parte del paciente<sup>6</sup>.

Entre el profesional y el paciente debe establecerse una comunicación afectiva. El primero debe estar seguro de la comprensión de su mensaje por parte del paciente, pero además debe garantizar que el paciente "sienta" que ha sido escuchado.

Se debe hablar cara a cara y establecer una comunicación instructiva, utilizando un lenguaje apropiado a los conocimientos del paciente, en función de su nivel social. El lenguaje no debe ser demasiado formal, pero tampoco muy informal.

Pero la vertiente verbal es sólo uno de los caminos en la comunicación humana, pues la comunicación verbal se asienta sobre otros componentes: la transmisión de afecto, las emociones y los sentimientos. La forma en que se establezca la relación profesional-paciente determinará

confianza o temor, expectativas positivas o negativas.

En primer lugar, debemos distinguir "lo que se dice" (el texto) del "cómo se dice" (el contexto). El texto y el contexto pueden ser congruentes o incongruentes, e incluso contradecirse.

Teniendo en cuenta todas estas posibilidades, se comprende que podemos obtener una comunicación fluida o bien una falta de comunicación.

El contexto está regido por la entonación, los gestos, la mirada y la postura de nuestro cuerpo (lenguaje no verbal). Todo esto contribuye a establecer una transparencia positiva o negativa entre el paciente y el profesional.

Debemos considerar además el **ambiente físico y social** en el que nos encontramos y ejercemos nuestras tareas. Lo que para una persona constituye un lugar habitual y rutinario de trabajo, para otro puede ser un lugar extraño, incómodo o desagradable. Para el profesional el consultorio, el centro de salud o el hospital es su "oficina", el lugar en el que desarrolla cotidianamente sus rutinas de trabajo. Sin embargo, para el paciente puede ser un espacio caracterizado por sentimientos desagradables e incluso a veces penosos; un contexto estresante, donde se lo está sometiendo a procedimientos intrusivos; donde, además, el campo perceptivo está dominado por ruidos y olores característicos –generalmente imperceptibles para el profesional, debido a un simple proceso de habituación perceptiva–; donde muchas veces hay reacciones emocionales. Todo ello puede convertir el lugar habitual de trabajo del profesional en un marco desagradable para el paciente. Es por eso que resulta imprescindible tener en cuenta estas cuestiones, a fin de garantizar una empatía terapéutica más completa y correcta.

Las dificultades socioeconómicas que hoy en día atraviesan los "profesionales del arte de curar" en la Argentina (como los aranceles irrisorios de las obras sociales o prepagas y las demoras en los pagos, sumadas al menor poder adquisitivo de los pacientes, la inflación, los costos de las cargas sociales, los impuestos, etc.) terminan provocando un *burn-out* o desmotivación en la práctica cotidiana.

La **desmotivación profesional** es fácilmente captada por quien recibe el servicio, lo cual genera una disminución de la credibilidad respecto del profesional y del tratamiento y, por lo tanto, influye también en la adhesión al mismo. El efecto de la desmotivación laboral sobre el paciente es tan significativo como el que produciría una desconfianza de las competencias técnicas del profesional.

De modo que debemos tratar a nuestros pacientes (como así también a nuestros derivadores, en el caso de los especialistas) como si nuestro desempeño dependiera

de sus opiniones acerca de nuestro ejercicio profesional, ya que, en efecto, depende de ello.

Por un lado, la calidad del tratamiento realizado influye grandemente en la satisfacción del paciente. Por otro, las investigaciones<sup>7</sup> demuestran que un paciente informado es más proclive a estar satisfecho con la experiencia odontológica. Por lo tanto, si logramos que su visita sea lo más confortable posible, y que el paciente reciba todas las respuestas requeridas, éste tendrá la impresión de que el tratamiento es un servicio valioso y agradable.

Basándose en las estadísticas<sup>8</sup>, se concluye que la primera razón por la cual los pacientes se declaran satisfechos respecto de la atención recibida –tanto en consultorios como en hospitales– es el **trato humano** de parte del profesional que los atiende, y se destacan como elementos fundamentales de este trato la **empatía** mostrada por los profesionales, la **accesibilidad de la información** que ellos aportan, el **tiempo** que le dedican a la relación personal con el enfermo y la **posibilidad de expresarse** que le brindan al paciente.

La comunicación en todo sentido es un elemento esencial para encarar la nueva realidad laboral a la que nos enfrentamos diariamente, y dominar esta realidad nos permite ampliar nuestros recursos y horizontes hacia otras áreas como el marketing en su relación con la profesión. Hoy en día, la comunicación es un componente fundamental en el funcionamiento social humano, ya que permite la interrelación de los individuos y los grupos, a fin de que conformen una sociedad donde verdaderamente se establezcan situaciones de “ganar-ganar”.

Gran parte del éxito en la vida depende de nuestra capacidad para comunicarnos y administrar las relaciones personales con eficacia, tanto en el ámbito privado como en el profesional.

## Bibliografía

1. Musitu G. *Manual de psicología de la comunicación*. Valencia. Ed. Cristóbal Serrano Villalba. 1996.
2. Musitu G, Berjano E, Gracia E, García F, Martínez J, Estarells R. *Psicología de la comunicación*. Valencia. Nau Llibres. 1987.
3. Rodríguez J, Mira JJ. Calidad y humanización de la atención sanitaria. *Viure en Salut* 2002;53:12-3.
4. Mas MA, Hernández JA. *Comunicación profesional-ciudadano*. Valencia. Conselleria de Presidència. 1996.
5. Nouvilas E. Psicología social y salud. En: Morales JF, Huici C. *Psicología social*. Madrid. McGraw-Hill Interamericana. 1999.
6. Nouvilas E. Atribución del cumplimiento terapéutico: Diferencias entre pacientes y profesionales de la salud. En: Morales JF, Huici C. *Estudios de psicología social*. Madrid. Universidad Nacional de Educación a Distancia. 2003.
7. Pons X. La comunicación entre el profesional de la salud y el paciente: aspectos conceptuales y guía de aplicación. *Enfermería Integral* [Revista electrónica] 2002;1:27-34. [Consultado el 19 de octubre de 2012.] Disponible en: [www.enfervalencia.org/ei/73/articulos-cientificos/ac\\_6.pdf](http://www.enfervalencia.org/ei/73/articulos-cientificos/ac_6.pdf)
8. American Association of Endodontists. Building Relationships, series One and Two videotape: What Do Dentists Think of You (1993) y What Do Patients Think of You (1994).

### Contacto:

EUGENIO L. HENRY  
gene@fibertel.com.ar