

UNIVERSIDAD DE BURGOS

ESCUELA DE DOCTORADO

TESIS DOCTORALES

TÍTULO: LA COMUNICACIÓN SANITARIA Y SUS IMPLICACIONES EN LAS ACTITUDES E INFORMACIÓN ACCESIBLE A LOS CIUDADANOS. ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE CASTILLA Y LEÓN Y GALICIA

AUTORA: BUSTO SALINAS, LORENA

FECHA LECTURA: 16/07/2015

HORA: 12:00

CENTRO LECTURA: FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN. SALÓN DE ACTOS

DIRECTORES: ALFREDO ARCEO VACAS Y MIGUEL ANGEL MORENO GALLO

TRIBUNAL: ANTONIO NOGUERO I GRAU
ISABEL MENÉNDEZ MENÉNDEZ
ROSA TORRES VALDÉS
ENRIC ORDEIX RIGO
FERNANDO LARA ORTEGA

RESUMEN: La inclinación por las informaciones acerca de la medicina y la salud ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Así, se ha multiplicado el número de esta clase de informaciones tanto en los medios de comunicación tradicionales como en los nuevos. En consecuencia, los pacientes se informan más acerca de sus necesidades y juegan un papel más activo en las decisiones relacionadas con su salud.

Todo esto no implica necesariamente que la calidad de las informaciones haya aumentado y, visto el interés que la población tiene por estos asuntos, parece evidente que las organizaciones sanitarias necesitan incorporar funciones de relaciones públicas en su actividad diaria. Sin embargo, hasta la fecha, no hay ningún estudio que determine concretamente los beneficios de mantener un departamento de comunicación frente a su ausencia.

Para lograr dar respuesta a esta idea, se han tomado como objeto de estudio dos comunidades con similares características sociales, económicas y sanitarias, pero con una estructura comunicativa muy diferente: la comunicación de los hospitales públicos en Castilla y León se centraliza en la Consejería de Sanidad, mientras que en Galicia hay departamentos de comunicación repartidos por todo el territorio, aparte del de la Consejería de Sanidad. De esta manera, sumando los públicos y los privados, en la primera región hay siete gabinetes de este tipo, mientras que en la segunda hay quince.

En cuanto a la metodología, se ha optado por la triangulación. Por una parte, se han realizado entrevistas personales a los encargados de comunicación de cada hospital para obtener información cualitativa y una encuesta para conseguir datos cuantitativos sobre la comunicación que llevan a cabo. Asimismo, se ha realizado un análisis de prensa, un estudio de la participación de los ciudadanos en las noticias aparecidas en internet y un análisis de la valoración y satisfacción de los ciudadanos hacia la sanidad para conocer los efectos de esa comunicación.

Gracias a este método, se han alcanzado varias conclusiones. En primer lugar, no se han encontrado evidencias de que la competencia comunicativa provoque unas mejores relaciones públicas, aunque se ha detectado que los centros privados y las empresas externas tienden a hacer un mejor uso. El número de noticias que publican los medios de comunicación es muy similar en ambos territorios, aunque la calidad es superior en los lugares que cuentan con un mayor número de gabinetes de comunicación. Además, en estos sitios, los ciudadanos votan y comparten más a menudo las informaciones de internet, consideran la salud y la sanidad temas más trascendentes, tienen una mayor valoración de la sanidad pública y elegirían antes esta titularidad, a pesar de que no se han hallado diferencias en la satisfacción con el sistema sanitario.