



Facultad de Medicina



SUBDIVISIÓN DE
MEDICINA FAMILIAR
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO UNAM

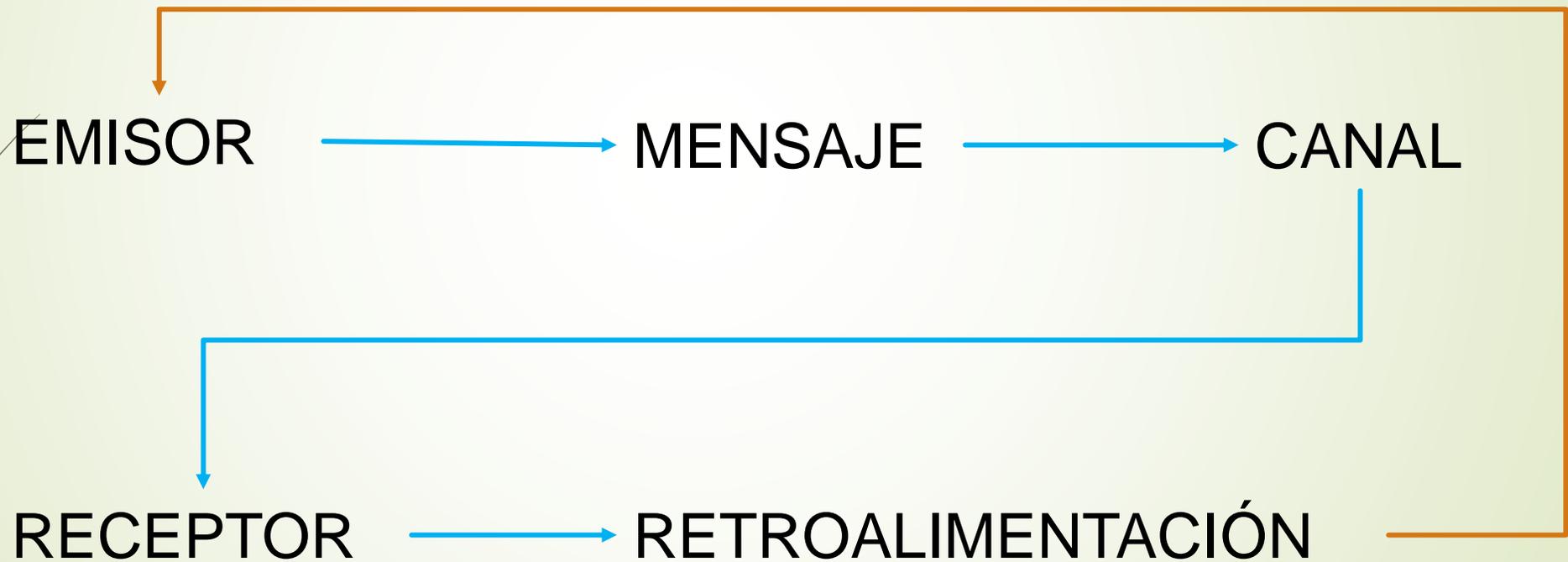
Estudio Médico de la Familia – I

Axiomas de la comunicación

Dr. Isaías Hernández Torres
Coordinador de Docencia
Subdivisión de Medicina Familiar.
Facultad de Medicina. UNAM

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

En su concepto más simple



COMUNICACIÓN MEDICO PACIENTE EN LA PRACTICA DE LA MEDICINA FAMILIAR

- La comunicación no es tan simple como el hecho de decir o informar algo. Es infinitamente compleja:
 - No existe ningún sistema de clasificación o análisis adecuado que permita codificar los patrones de comunicación intrafamiliar.
 - En el estudio de la comunicación intrafamiliar hay dos postulados:
 1. Cada unidad familiar tiene un patrón particular y único de comunicación.
 2. Entre más perturbada esté la unidad familiar, más distorsionado estará su proceso de comunicación.

COMUNICACIÓN MEDICO PACIENTE EN LA PRACTICA DE LA MEDICINA FAMILIAR

NIVELES DE COMUNICACIÓN:

- VERBAL: (generalmente consciente)
Lenguaje hablado.
- NO VERBAL: (generalmente inconsciente)
Normalmente depende de un contexto compartido:
actitudes, conductas.



NIVELES DE COMUNICACIÓN:

- ❖ Cualquiera que sea el nivel en el que nos comunicamos, hablamos con todo nuestro cuerpo
- ❖ Las palabras afectan nuestra expresión facial, el movimiento corporal, los músculos, la piel..etc
- ❖ Las emociones encarnan en el cuerpo: cuando alguien se queja de síntomas somáticos, no es otra cosa que un grito de auxilio.



AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN

(P. Watzlawick)

Metacomunicación (*Nivel de contenido y relación*)

Puntuación o secuencia de los hechos

Comunicación digital y analógica

Relación simétrica o complementaria

Imposibilidad de no comunicarse (*comunicación no verbal*)

AXIOMA ES UNA VERDAD EVIDENTE



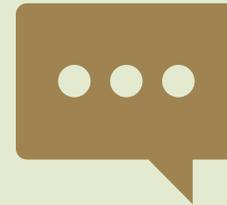


AXIOMA 1. METACOMUNICACIÓN (EL CONTENIDO Y LA RELACIÓN)



EL CONTENIDO DEL MENSAJE.

Se refiere a cualquier cosa que sea comunicable, independientemente de que sea verdadero, falso, válido, no válido.



LA RELACIÓN.

Establece el tipo de trato entre los comunicantes. Se refiere a cómo deben entenderse los mensajes (*¿qué me quieres decir con esto?*)

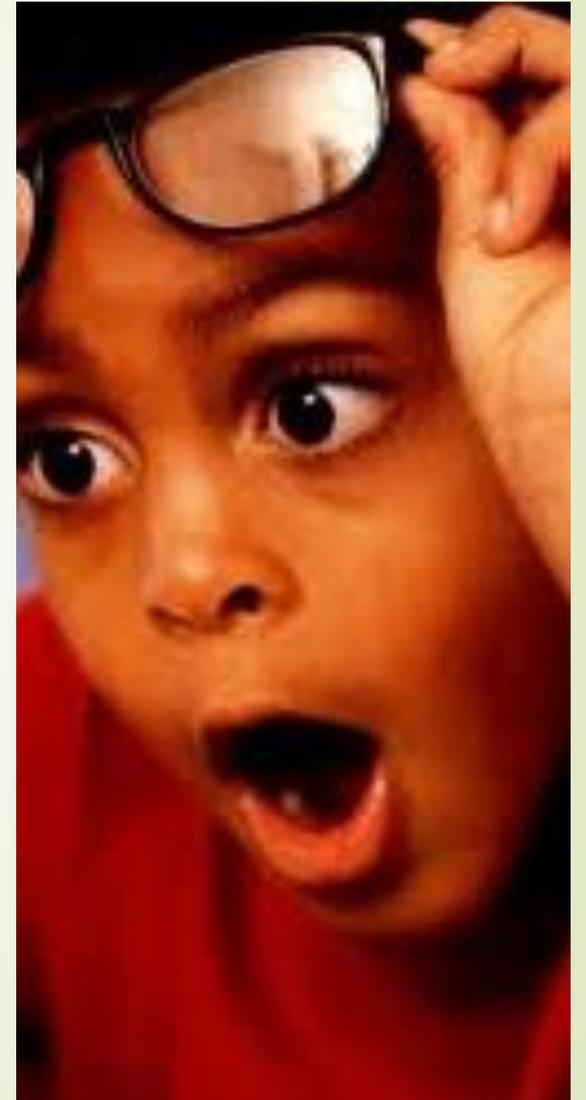
Normalmente al inicio de una relación la comunicación es muy formal y poco a poco va permitiendo el cambio en el vínculo.

... AXIOMA 1. METACOMUNICACIÓN (EL CONTENIDO Y LA RELACIÓN)

- ▶ Cuando deseamos que una computadora nos proporcione el resultado de multiplicar dos cifras. Es necesario alimentar tanto la información (las dos cifras), como la información acerca de esa información: esto es, la orden de multiplicarlas.
- ▶ Las instrucciones son algo superior a los datos, pues constituyen Metainformación, esto es, son información acerca de la información.
- ▶ Lo mismo ocurre en la comunicación humana: no sólo requerimos información, sino además información acerca de esa información para poder interpretarla adecuadamente, veamos:

... AXIOMA 1. METACOMUNICACIÓN (CONTENIDO Y RELACIÓN)

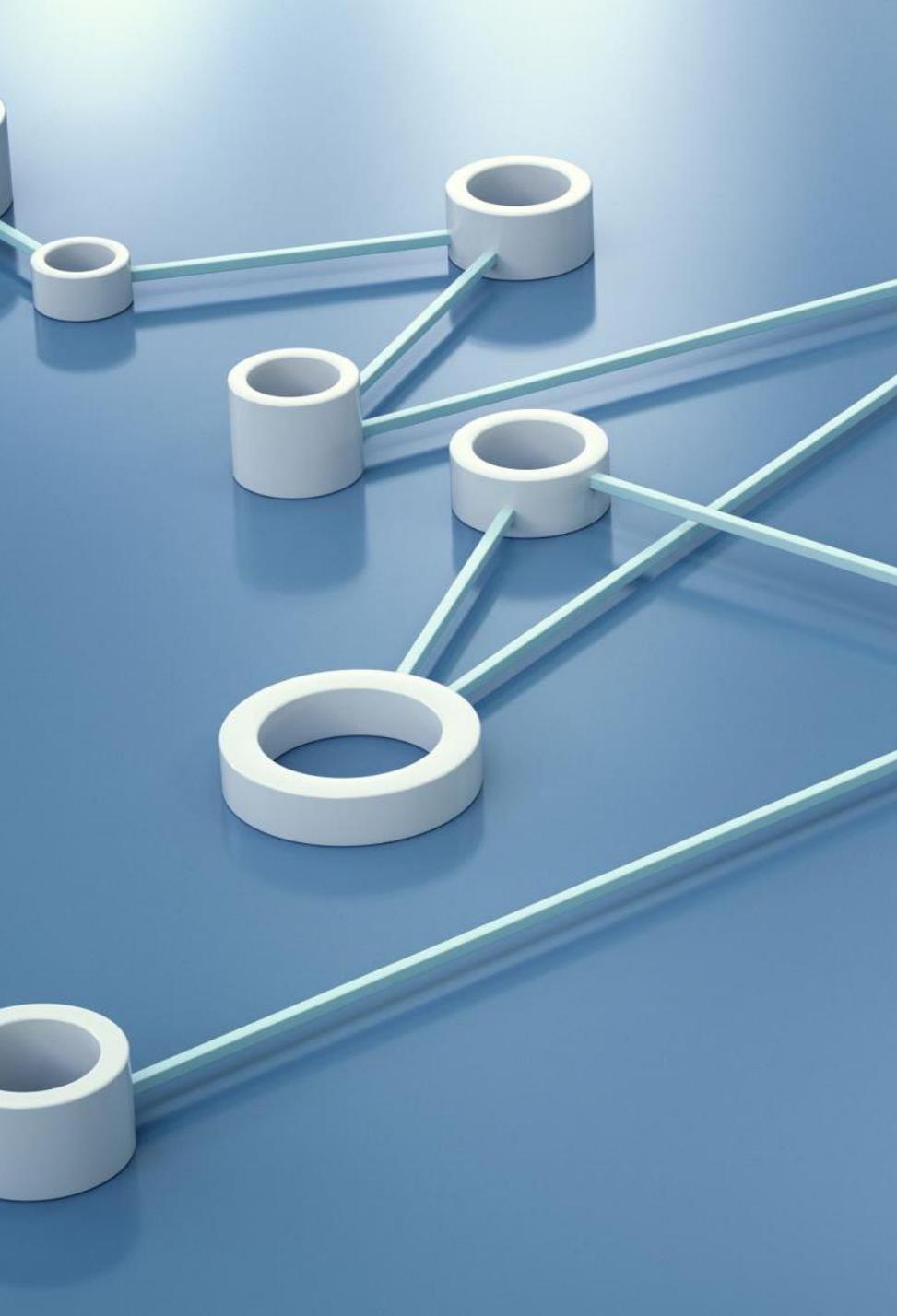
- **Contenido:** es el aspecto literal del mensaje, es la información que se pide o se envía.
- **EJEMPLO:** ¿Las perlas de tu collar son auténticas?
- **Relación:** en este ejemplo es de admiración, sorpresa, es un mensaje amistoso.



... AXIOMA 1. METACOMUNICACIÓN
(CONTENIDO Y RELACIÓN)

- Mismo ejemplo: **¿Las perlas de tu collar son auténticas?**
- **Contenido.** (lo literal del mensaje, no cambia) solicita la misma información acerca del collar.
- **Relación** (metacomunicación): se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse.
- Es la forma en que se pregunta, depende del tono de voz, acento de voz, contexto en el que se pregunta, expresión facial, etc.
- Depende de la relación de las personas.





... AXIOMA 1. METACOMUNICACIÓN
(CONTENIDO Y RELACIÓN)

- ▶ La capacidad para **meta - comunicarnos** en forma adecuada, es condición *sine qua non* de una comunicación eficaz, y depende del tipo de relación que existe.

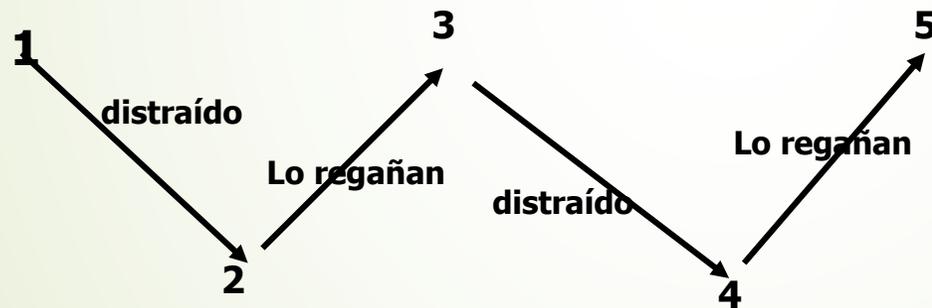
AXIOMA 2: PUNTUACION (SECUENCIA DE LOS HECHOS)

❄ En una interacción los participantes puntúan la secuencia de comunicación, de forma que uno de ellos, o el otro tiene iniciativa, predominio, dependencia, etcétera.



AXIOMA 2: PUNTUACION O SECUENCIA DE LOS HECHOS

❄ La naturaleza de una relación depende del punto de vista de los comunicantes.



❄ Esposo: solo percibe triada 2-3-4

❄ Esposa: solo percibe triada 1-2-3



Distorsión de la realidad.

AXIOMA 2: PUNTUACION O SECUENCIA DE LOS HECHOS

- La falta de acuerdo en la forma de puntuar (ver) los hechos es causa de incontables conflictos entre las relaciones



AXIOMA 2: PUNTUACION O SECUENCIA DE LOS HECHOS

- ➔ A menudo resulta difícil creer que dos individuos puedan tener visiones tan dispares de un mismo hecho de su vida en común.



Axioma 3: Comunicación digital y analógica

- Comunicación digital. Es la comunicación efectuada a través de códigos (signos, símbolos, letras, cifras, palabras)
- Comunicación analógica: es todo lo que sea comunicación no verbal (postura, gestos, expresión facial, ritmo, inflexiones de voz, etcétera).





...Axioma 3.comunicación digital y analógica

- El hombre es la única especie que utiliza ambos tipos de comunicación
- Sus logros serían impensables sin el desarrollo de un lenguaje digital.
 - Ejemplo: toda la información codificada en libros, chips, etc.



- ▶ Sin embargo, existe un vasto campo donde utilizamos de forma casi exclusiva la comunicación analógica.
- ▶ Ejemplo: Un gesto o una mirada de la pareja revela más que cien palabras.

COMUNICACIÓN DIGITAL Y ANALÓGICA



Axioma 4 Relación simétrica o complementaria

- ➔ Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según se basen en la igualdad o en la diferencia.
- ➔ Nos relacionamos simétricamente en algunas situaciones y de manera complementaria en otras.



Axioma 4. Relación simétrica o complementaria

- **Relación complementaria** hay dos posiciones distintas:
- Relación médico-paciente.
- Relación profesor-alumno.
- Relación patron-empleado.
- Relación madre-hijo.



Axioma 4. Relación simétrica o complementaria

► **La relación simétrica** se basa en la igualdad. Relación entre:

- Hermanos.
- Amigos.
- Eesposos.
- Alumnos del mismo nivel.
- Compañeros de trabajo.
- Etcétera.



AXIOMA 5: IMPOSIBILIDAD DE NO COMUNICARSE

Hay una propiedad de la conducta que no puede ser más básica: **no hay nada que sea lo contrario de conducta.**

- **Conducta.** Manera con que los hombres se comportan en su vida y acciones.
- De acuerdo con esto: todo el tiempo estamos mostrando una determinada conducta.



AXIOMA 5: IMPOSIBILIDAD DE NO COMUNICARSE

Es decir, no existe la “No-conducta”

Es imposible no comportarse.

En cualquier interacción entre dos o más personas, **toda conducta tiene un valor de mensaje.**

O sea: es comunicación.



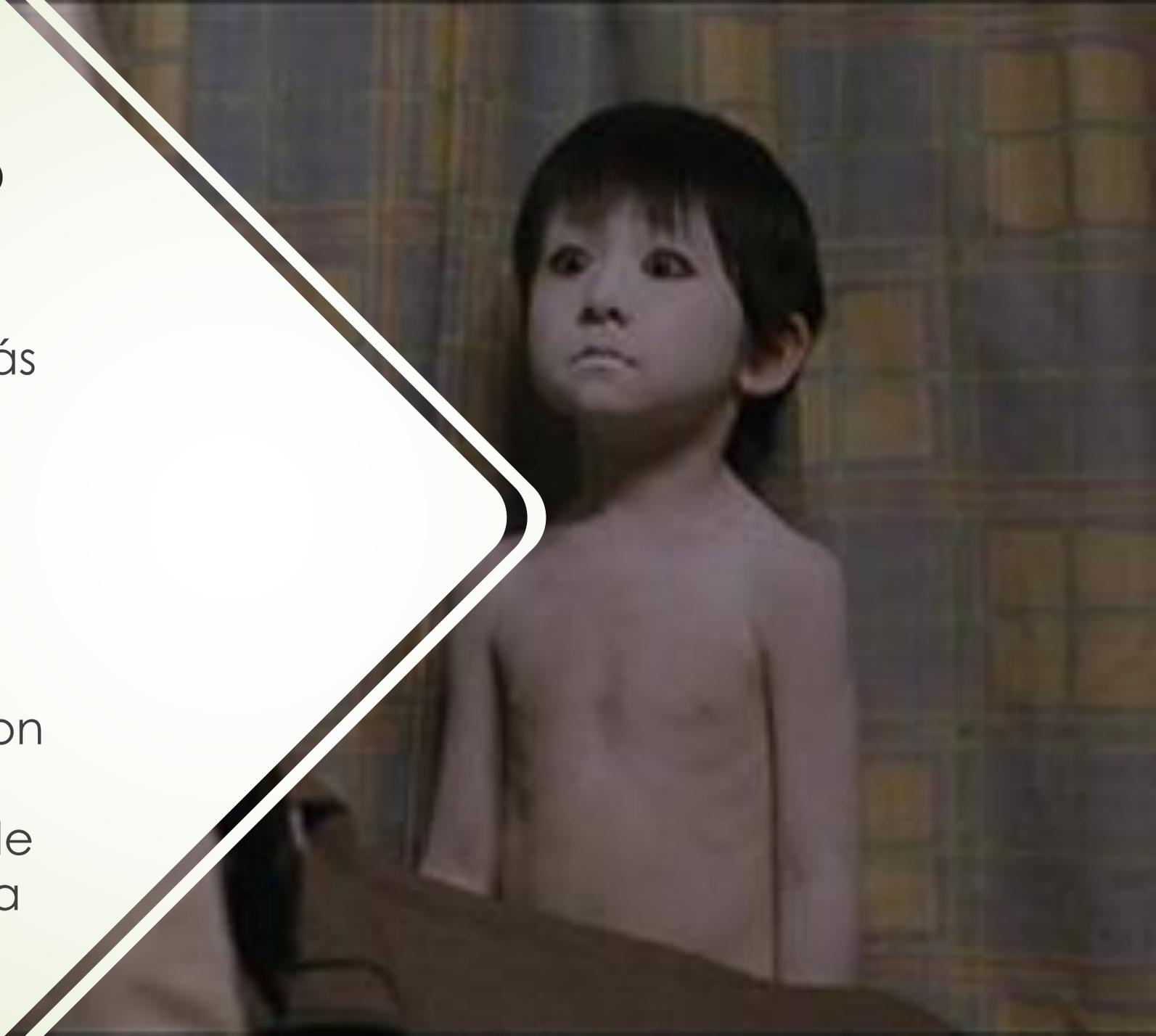
AXIOMA 5: IMPOSIBILIDAD DE NO COMUNICARSE

- Si se acepta que TODA conducta tiene un valor de mensaje...
- ...Por mucho que uno lo intente, NO puede dejar de comunicarse.
- Actividad o inactividad, palabras o silencio, tendrán siempre el valor de mensaje.
- Influye sobre los demás, quienes tampoco pueden dejar de responder a esa comunicación y por tanto también comunican.



AXIOMA 5: IMPOSIBILIDAD DE NO COMUNICARSE

- Uno de los ejemplos más dramáticos de este axioma es el caso del esquizofrénico.
- En su intento de NO desear comunicarse con el exterior, su ensimismamiento puede llevarlo al extremo de la inmovilidad



Fuentes Bibliográficas

- Galain, A., Viera, M., Dapueto, J. J., & Varela, B. (2015). Manual de habilidades comunicacionales para estudiantes de Medicina del primer trienio. Uruguay: Comisión sectorial de enseñanza, Universidad de la República.
- Lain Entralgo P. La relación médico-enfermo: Historia y teoría. 1964. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de: https://www.cervantesvirtual.com/portales/pedro_lain_entralgo/obra/la-relacion-medico-enfermo-historia-y-teoria/
- Lázaro J, Gracia D. La relación médico-enfermo a través de la historia. An Sist SanitNavar. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1137-66272006000600002&lng=es&nrm=iso&tlng=es