LITORALPRESS

Fecha: 09-06-2021
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera
Tipo: Nacional
Título: La estrategia del Colmed tras el video que muestra hospitales colapsados y las reacciones a la dura campaña

Pág. : 12
Cm2: 743,4

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

La estrategia del Colmed tras el video que muestra hospitales colapsados y las reacciones a la dura campaña

Durante las últimas semanas, el Colegio Médico ha abordado a través de tres campañas comunicacionales aspectos como el colapso de la red asistencial y la importancia de vacunarse. En el más reciente video muestran una urgencia atestada y el testimonio de facultativos de recintos públicos y privados que dan cuenta de la situación. El secretario nacional del gremio, José Miguel Bernucci, asevera que "las autoridades en vez de mostrar lo que está sucediendo, para que las personas tomen decisiones de autocuidado, le bajan el perfil a esta situación". Sin embargo, académicos y expertos tienen dudas sobre la efectividad de una comunicación más "cruda".

Rocío Latorre y Belén del Castillo

"Hemos ampliado nuestra capacidad de cobertura (de camas críticas) como en un 600%. Y a pesar de eso, en este momento nos encontramos absolutamente completos, sin ninguna cama disponible. Eso es un riesgo enorme, y estamos en una situación bastante crítica, porque vamos a tener pacientes a los cuales no vamos a poder atender". Así comienza el video de casi cuatro minutos difundido desde el domingo por el Colegio Médico (Colmed) y que retrata el colapso sanitario de la red asistencial por Covid-19. Quien parte hablando es el doctor Luis Foncea, presidente del consejo regional Aconcagua y uno de los 10 voceros que participan de esta campaña.

El video tiene más de 157 mil visualizaciones en Instagram, siete mil en YouTube y ha sido ampliamente difundido en Twitter.

Con un tono distinto a los spots del Ministerio de Salud sobre la pandemia -que apuntan a la mantención de las medidas de autocuidado-, el video comienza mostrando el colapso de una unidad de urgencia, donde al menos cuatro pacientes aguardan hacinados en un box, mientras otros tantos esperan su atención en ambos lados de los pasillos. Tras estas imágenes, la doctora Dahiana Pulgar, presidenta Colmed Maule, agrega que "nuestras urgencias tienen hospitalizados en camillas".

En conversación con **La Tercera PM**, Pulgar reafirma sus dichos: "La pandemia que vivimos amerita una comunicación de riesgo sin eufemismos, clara y directa. Y por ello, decir que la situación de camas está al límite nos parece necesario".

Esta no es la primera campaña comunicacional elaborada por el gremio durante el último tiempo. Hace algunas semanas, el Colmed difundió a través de la plataforma Spotify la playlist "La clandestina", haciendo alusión a las fiestas desarrolladas en medio de la pandemia. Los sonidos de ambulancias, o la grabación de cómo se hace el ingreso de un paciente a las unidades críticas, se intercalan con relatos de los funcionarios de la salud. "En este último mes, me ha tocado ver morir a dos pacientes de 20 y 30 años", se escucha en una de las grabaciones.

En un tono más humorístico, el Colmed también ha viralizado distintos videos donde replican -en voces de distintos comediantes- los dichos de quienes se rehúsan a vacunarse contra el Covid-19.

Reforzar la comunicación de riesgo

La doctora y presidenta del Colmed metropolitano, Francisca Crispi, explica que el video en particular responde a la necesidad y petición de los facultativos de distintos recintos de salud -tanto públicos como privados- de dar a conocer la situación que se vive al interior de las salas de urgencia o de UCI. "A veces vemos que la autoridad o las personas desconocen la gravedad de lo que se está viviendo en los hospitales y clínicas. Creemos que con este video podemos aportar a la comunicación de riesgo, contando que la situación es muy dura, que no quedan camas y que tenemos que colaborar con disminuir la transmisión y evitar accidentes", comenta unas de las gestoras del video.

LITORALPRESS

Fecha: 09-06-2021
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera
Tipo: Nacional
Título: La estrategia del Colmed tras el video que muestra hospitales colapsados y las reacciones a la dura campaña

Pág. : 13
Cm2: 765,4

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Y es que a lo largo de la pandemia, no es primera vez que el gremio médico critica lo que califican como una "débil" comunicación de riesgo por parte del gobierno. Aquello, incluso, terminó con la salida de la representación del Colegio Médico en la Mesa Social Covid-19, luego de que el Presidente Piñera y el ministro de Salud, Enrique Paris, dieran luz verde al Pase de Movilidad. Un instrumento que, acorde a lo que expresó el gremio en su salida, contravenía el momento sanitario, marcado principalmente por un alza de la circulación viral, de las hospitalizaciones y fallecimientos.

"Ahora, en el fondo, queríamos visibilizar lo que está sucediendo en los centros de salud. Creemos que las autoridades en vez de mostrar lo que está sucediendo, para que las personas tomen decisiones de autocuidado, le baja el perfil a esta situación", explica el secretario nacional, José Miguel Bernucci.

El presidente (S) de la entidad, Patricio Meza, aborda que si bien reconocen que hay estrategias que sí han resultado, como la amplia vacunación o la cantidad de PCR procesados, el Colegio Médico tiene "una responsabilidad de transmitir a la comunidad que el personal de salud está haciendo un esfuerzo inhumano, que tiene un límite, que no se va a poder expandir más la red asistencial y transmtitir que es el peor momento para enfermarse de lo que sea, cualquier situación de riesgo, un accidente por exceso de velocidad, por ejemplo".

El dirigente adelanta que en los próximos días y considerando el fuerte aumento de casos del último fin de semana, que se proyecta repercutirá en las UCI durante todo el mes, presentarán al Ejecutivo un plan que sugiere restringir actividades de alto riesgo al menos por un par de semanas -como la que se concentra en el comercio, restaurantes-, y al contrario, fomentar las actividades de bajo riesgo de transmisión, como una segunda franja deportiva, la apertura de parques y plazas. "El Colmed está trabajando activamente para entregar estas sugerencias. No hay que confundirse: nos retiramos de la Mesa Social Covid-19 porque creíamos que no entregaba ningún aporte al país, sin embargo, estamos buscando instancias donde nuestro aporte sí sea considerado", asevera Meza.

Un aspecto que llamó la atención es que en estos videos se sumó la presencia del mundo privado en voz de Carolina Asenjo, directora médica de Clínica Dávila: uno de los recintos que cuenta con más camas críticas en la capital.

Asenjo comenta que decidió participar para dar cuenta de que "no es suficiente el aumento de camas críticas y el manejo hospitalario de cada uno de los centros de salud, tanto públicos como privados. Estamos en un momento crítico de la pandemia, con una capacidad UCI al límite a nivel nacional, por lo que es fundamental reforzar las medidas de autocuidado y, sobre todo, incentivar a las personas a que participen en el proceso de vacunación".

Efectividad de los spots

El director de la Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales, Cristián Leporati, asevera que en el último tiempo "tanto los noticieros como el Colegio Médico han comenzado a mostrar lo que se vive dentro de los hospitales públicos como en las clínicas privadas. Eso es una tendencia del último mes, y por una razón bien obvia: los funcionarios de la salud están abandonados en términos de la autoridad, del Ministerio de Salud, pues nunca se educó de lo que iba a suceder si se saturaban los hospitales".

Sin embargo, advierte que mostrar la cara más cruda de una situación no siempre es efectivo en términos comunicacionales. "Las audiencias, cuando viven en un mundo con bastante carga de negatividad, si le muestras más comunicación negativa o escenarios catastróficos, cambian de video. Van a buscar una alternativa o un plan B a la comunicación catastrófica. Si bien yo entiendo lo que hace el Colmed, dudo de la eficacia, porque las personas se 'bloquean' y no cumple el rol de educar esa propuesta". Asimismo, señala que para llegar al público más joven -que hoy se está internando en los hospitales- se requiere utilizar videos más cortos, donde hablen sus pares.

Mientras, el académico en Salud Pública de la Usach, Claudio Castillo, señala que "las recomendaciones asociadas a la comunicación de riesgos apuntan principalmente a que esta sea clara, transparente y basada en datos. Trasladar toda la responsabilidad a las personas lleva a una falta de adherencia a las medidas que toman las autoridades. En un momento de especial sensibilidad por la situación de la pandemia -alto número de casos nuevos, hospitalizaciones en UCI y aumento en fallecimientos diarios-, en que la fatiga pandémica está muy presente, también se debe considerar el estado emocional de las personas, hablarles directamente, con empatía a sus temores, incertidumbres y dolores, por eso es tan importante probar los mensajes, chequear los efectos y mantener este complejo equilibrio".●