

EIS ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

udp UNIVERSIDAD
DIEGO PORTALES

COMUNICACIÓN DE LA SALUD EN CONTEXTO DE PANDEMIA

Macarena Peña y Lillo, PhD.
Facultad de Comunicación y Letras
Universidad Diego Portales

Sesión conjunta comisiones de Salud y Desafíos del Futuro, Ciencia, Tecnología e Innovación
Senado, 3 de junio de 2021

Marco conceptual (1)

- Pandemia es una crisis de sentido
 - (Kreps, 2021; Stephens et al., 2020)
- Incertidumbre
 - Escaso conocimiento/información contradictoria
 - Búsqueda
 - Evitación
 - (Brashers, 2001; Paek & Hove, 2020; Tandoc & Lee, 2020)

- Infodemia



Marco conceptual (2)

- Adopción de nuevos comportamientos
 - Comunicación de riesgo
 - (Bonell et al., 2020; Noar & Austin, 2020; Ratzan et al., 2020)
- Desafío: nadie quiere oír malas noticias
 - (Kreps, 2021)
- Desigualdades en comunicación
 - (Viswanath et al., 2020)

- Gobiernos: rol articulador
 - (Kim & Kreps, 2020)



AXIOMA 1: Imposibilidad de no comunicar

Watzlawick, 1967, 2011



NACIONAL Coronavirus

Con dura crítica al gobierno, Colmed se retira de la Mesa Social Covid: “No podemos seguir avalando esta forma de tomar las decisiones”

Gob.cl

PLAN DE ACCIÓN CORONAVIRUS COVID-19

Inicio Cifras Oficiales Yo me Vacuno Paso a paso Autocuidado Documentos Gestión en Pandemia

PLAN DE ACCIÓN **CORONAVIRUS** COVID-19

INFORMACIÓN OFICIAL **Gobierno de Chile**

Revisa las cifras oficiales

Destacados

- Ministerio de Salud pone a disposición de la comunidad el 124° Informe Epidemiológico de COVID-19.→

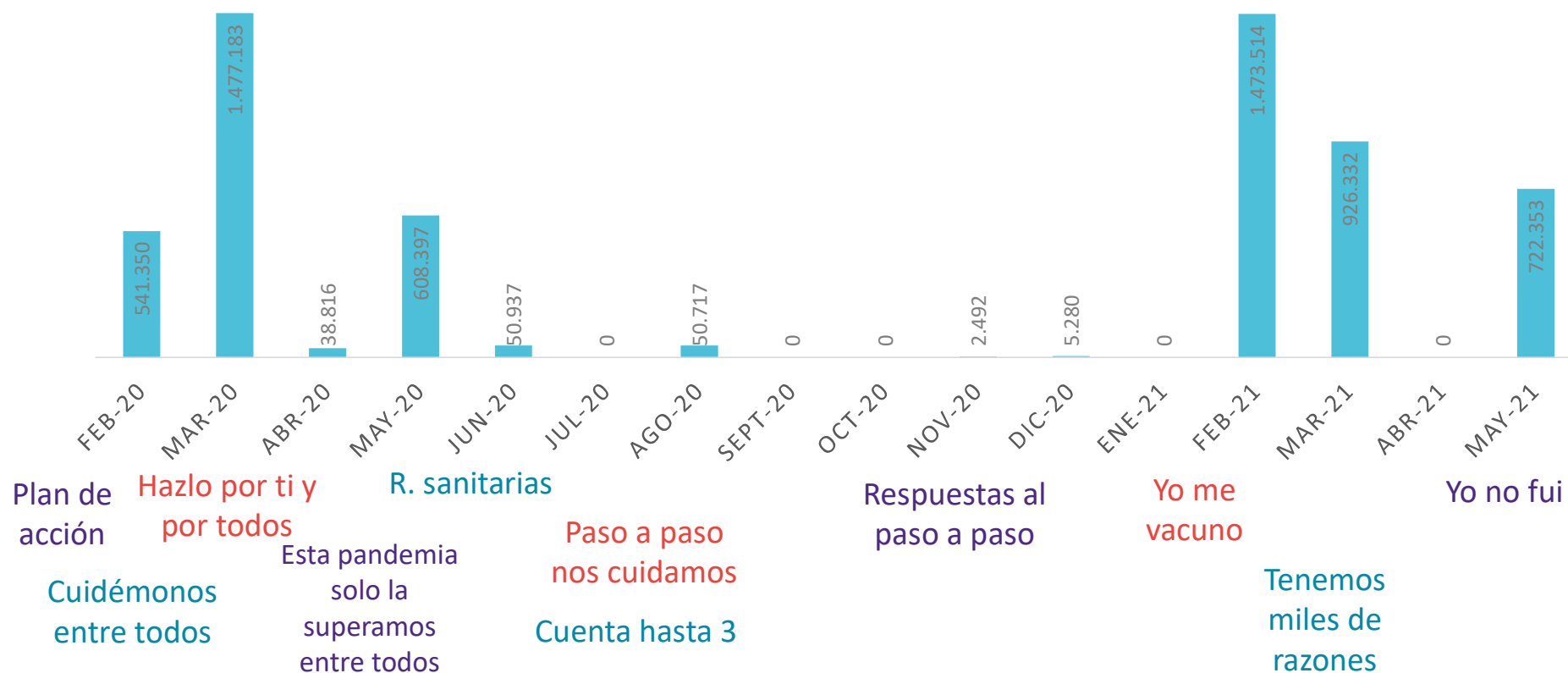


Foco en las campañas masivas

¿Cómo han sido las campañas hasta ahora?

Campañas COVID-19 2020 - 2021

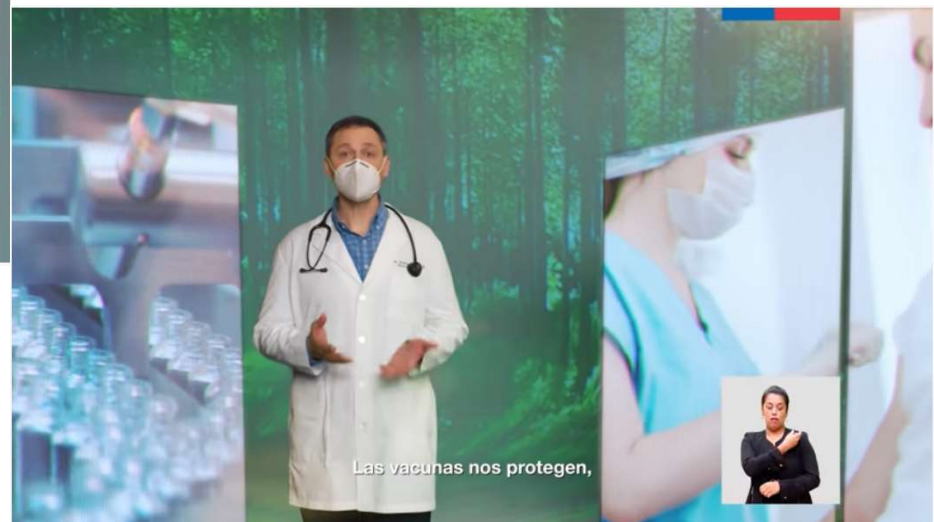
N° visionados videos por mes
Elaboración propia a partir de canal YouTube MINSAL



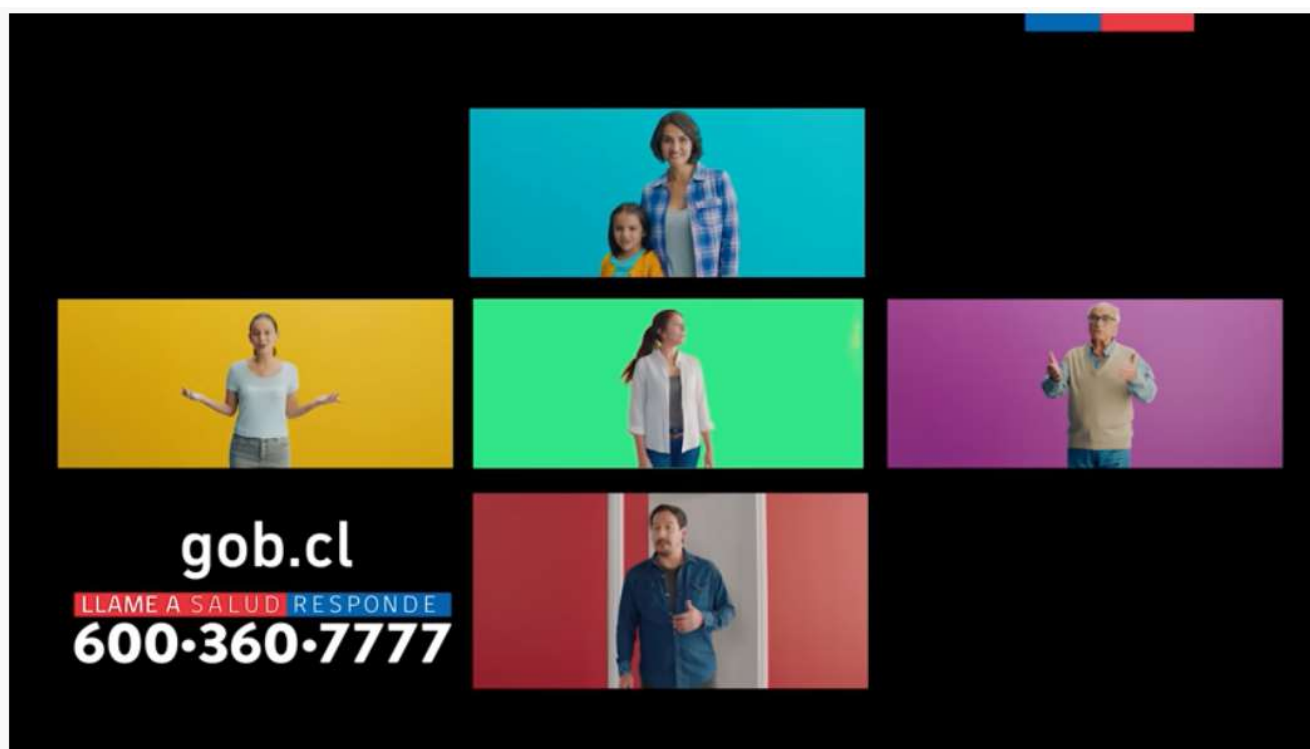
Eminentemente informativas



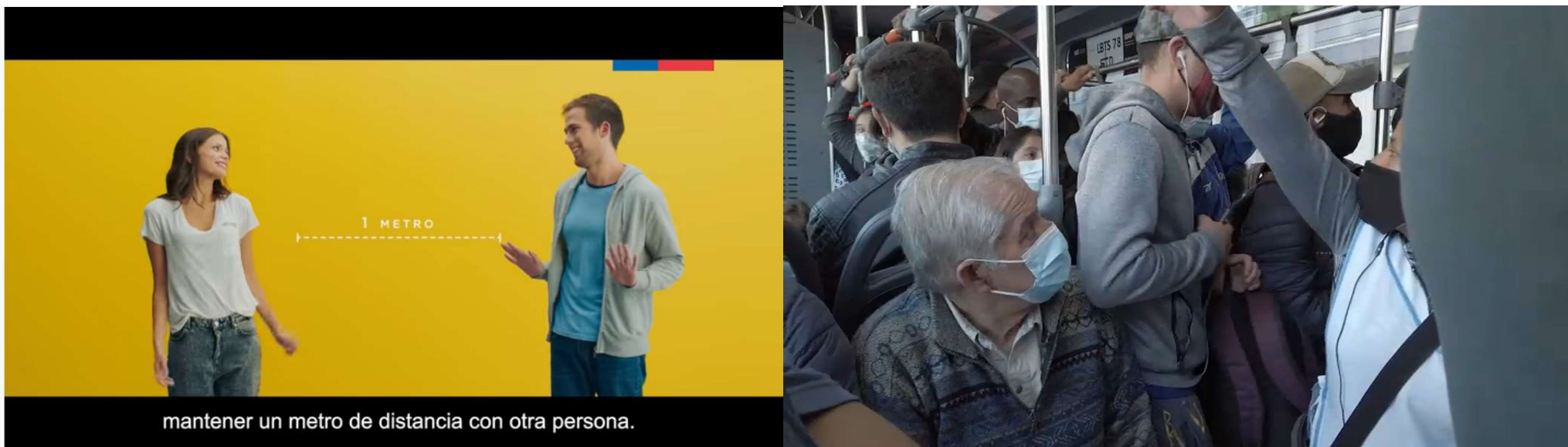
Formato pregunta-respuesta



Un mensaje para todas las audiencias



Conductas en abstracto



MEGANOTICIAS, 14 diciembre 2020

Apelación a la culpa



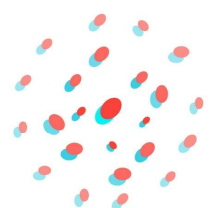
 Sin editar



Desde “challenges” en TikTok hasta “Reels”: la curiosa campaña del Gobierno en redes sociales por la pandemia



ENTORNOS DE INFORMACIÓN SOBRE COVID-19 Y ADOPCIÓN DE CONDUCTAS PREVENTIVAS EN POBLACIÓN GENERAL Y GRUPOS DE RIESGO



EIS

ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

Proyecto financiado por el Concurso asignación rápida **ANID COVID 0508**





ACCESO A INFORMACIÓN
CONFIABLE, COMPRENSIBLE Y OPORTUNA



TOMA DE DECISIONES
PARA GENERAR ESTRATEGIAS DE CUIDADO

PREGUNTA

¿CÓMO SE CONSTITUYE EL ENTORNO INFORMATIVO
ACERCA DE LA PANDEMIA DE CORONAVIRUS, CUÁL ES
SU RELACIÓN CON LA PERCEPCIÓN DE RIESGO Y CON
LA ADOPCIÓN Y MANTENCIÓN DE
COMPORTAMIENTOS PREVENTIVOS?

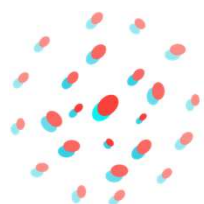
ESTUDIOS

Cualitativo:

- Mayores de 65 y menores de 65 con enfermedades crónicas.
- Santiago y Valparaíso

Cuantitativo:

- Encuesta nacional
 - Online (N = 1.891)
 - Telefónica (N = 1.701)
- Mayores de 18 años

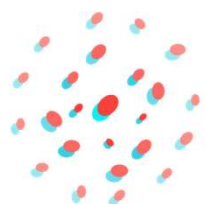


EIS

ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

ENTORNOS INFORMATIVOS, RIESGO Y COMPORTAMIENTOS PREVENTIVOS

5 PUNTOS CLAVE

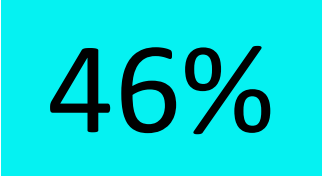


EIS

ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

1

Entornos informativos saturados
y marcados por la desigualdad



46%

SOBRECARGA INFORMATIVA



68%

“TODA LA INFORMACIÓN SOBRE COVID-19
SUENA IGUAL DESPUÉS DE UN TIEMPO”

¿Quiénes
buscan
información?

Hombres

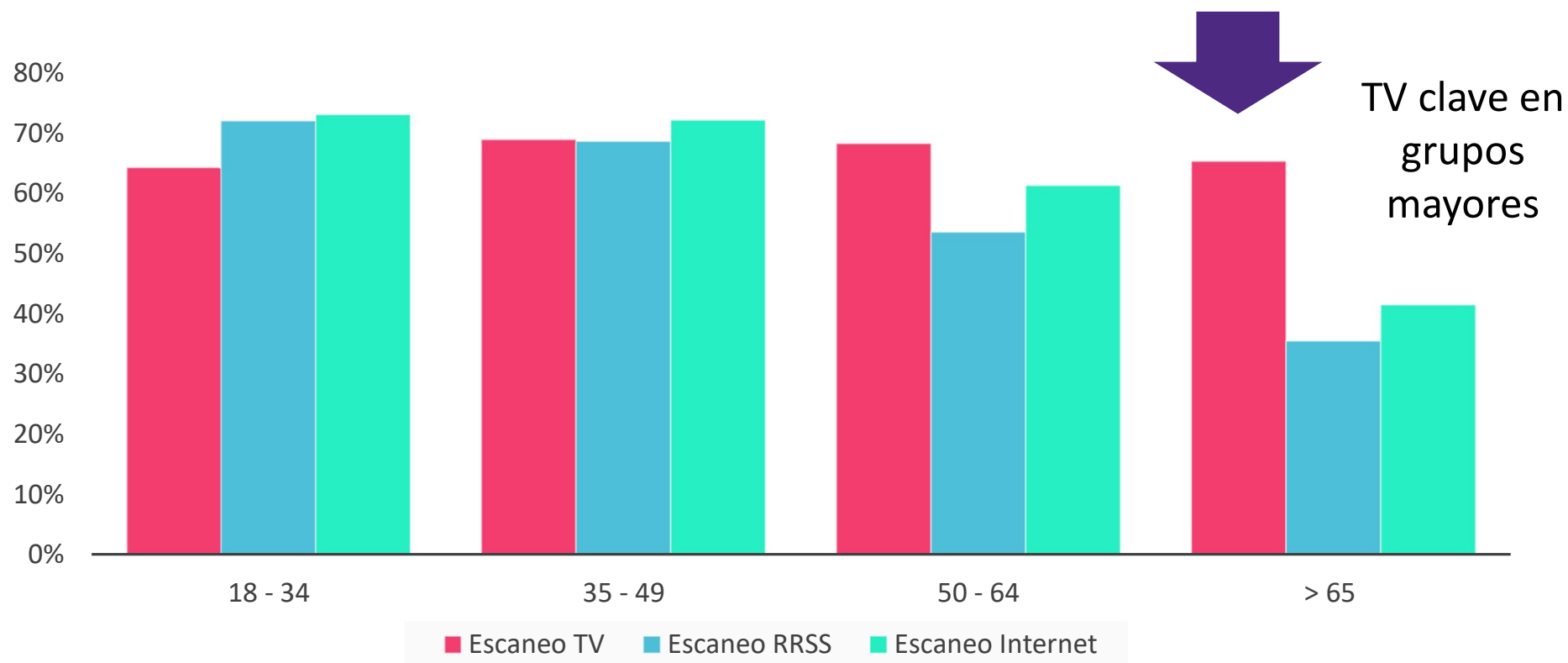
Personas jóvenes

Mayor educación

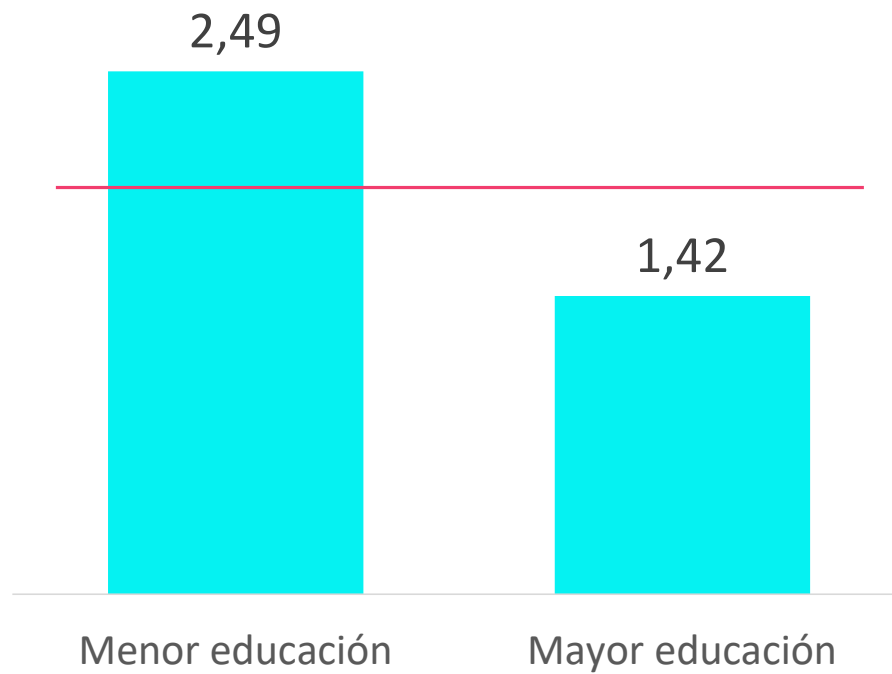
82%
Digital

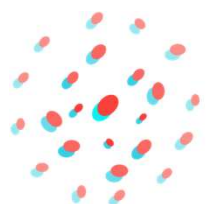
Exposición incidental por fuente por edad

(% varias veces a la semana o más)



Evitación (escala 1 – 4)





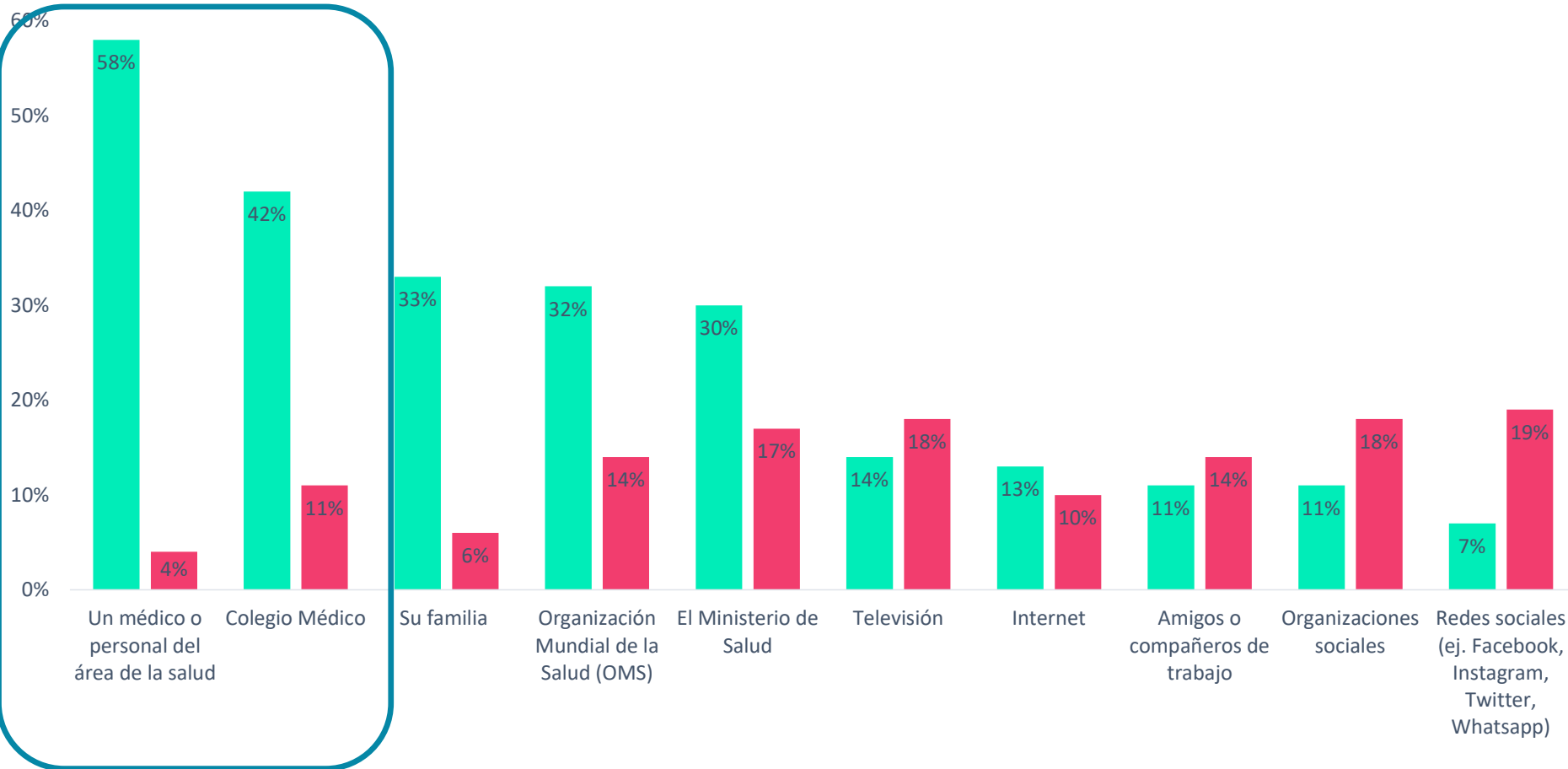
EIS

ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

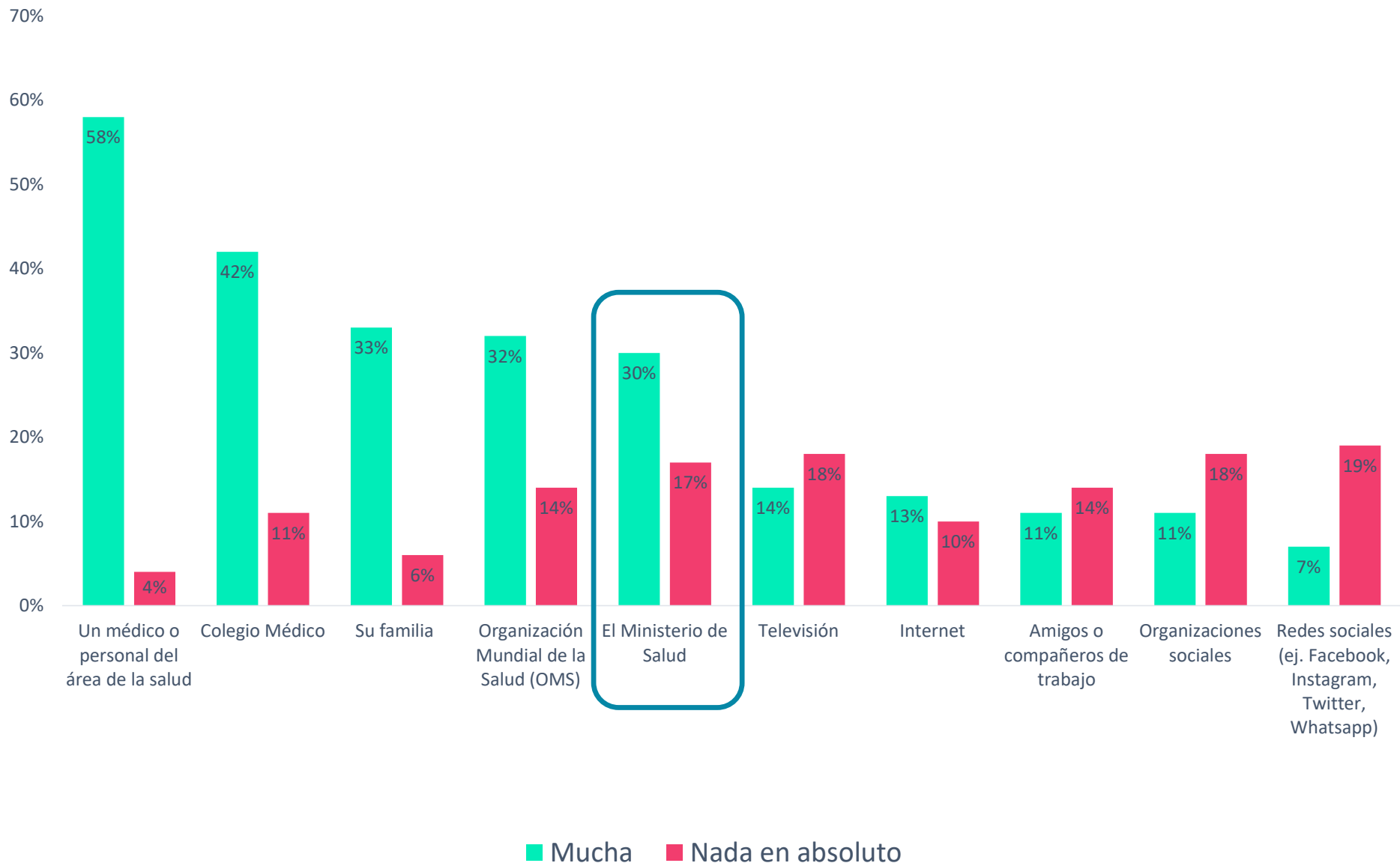
2

¿Dónde está depositada
la confianza?

70%



■ Mucha ■ Nada en absoluto

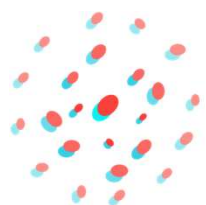


Desconfianza en la autoridad

- Datos **cualitativos** dan cuenta de profundas críticas a la comunicación del gobierno.
 - Información contradictoria
 - Uso político de la información / preocupación por los “negocios”
 - Falta de transparencia (datos)

Errores iniciales que se arrastran en el tiempo

- “al principio cuando. partió todo este asunto, el gobierno daba una información después aparecía con otra, después corregía algunas cosas, nunca fue como una línea informativa clara mas allá de que supiera o no supiera qué hacer, pero fue bien confuso al principio. Entonces por eso yo creo que se establecieron esos escepticismos o esa gente que no le creía mucho a la información del gobierno, por esta cosa de esta información muy difusa, a veces súper técnica y a veces super pedestre. Entonces no tenías como una línea clara que la gente pudiera seguir.”
- Hombre menor de 65 con enfermedad crónica



EIS

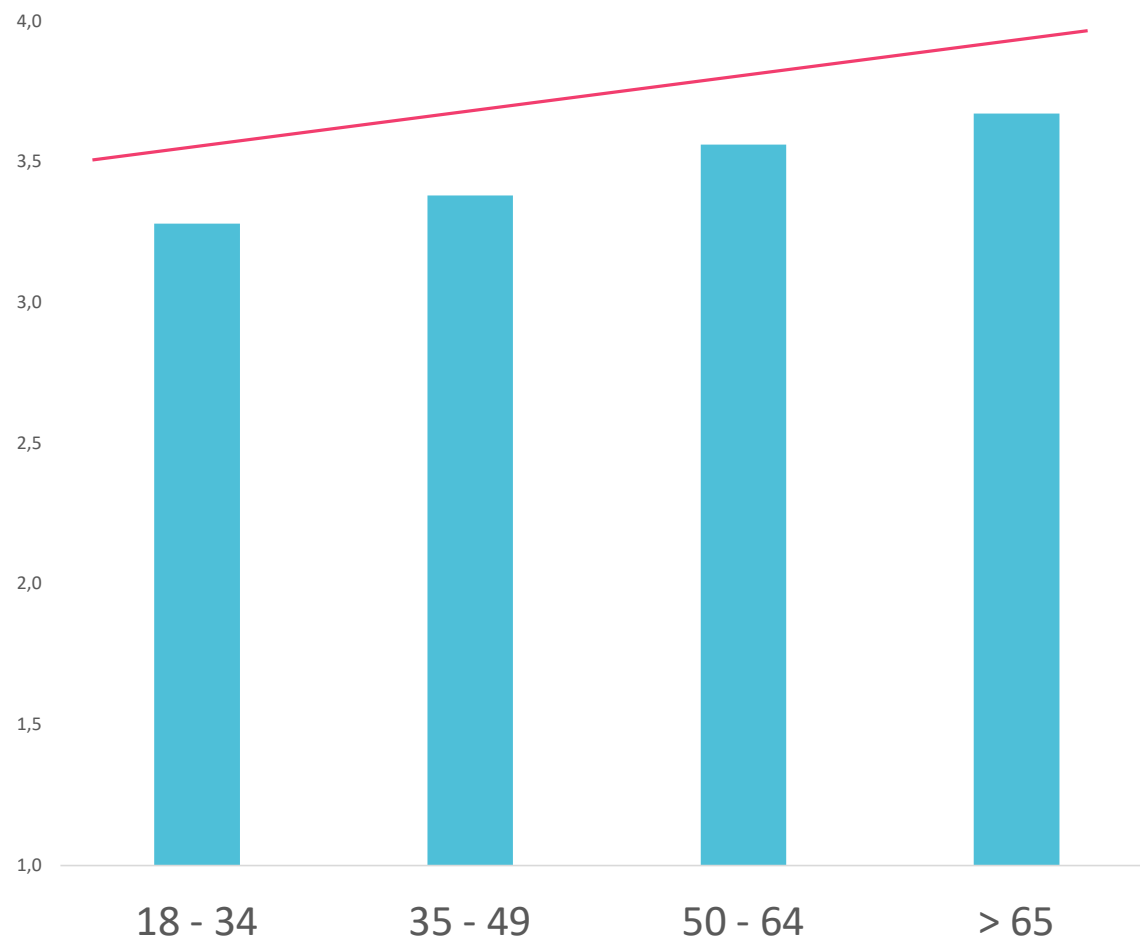
ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

3

Percepción de riesgo acerca del COVID-19

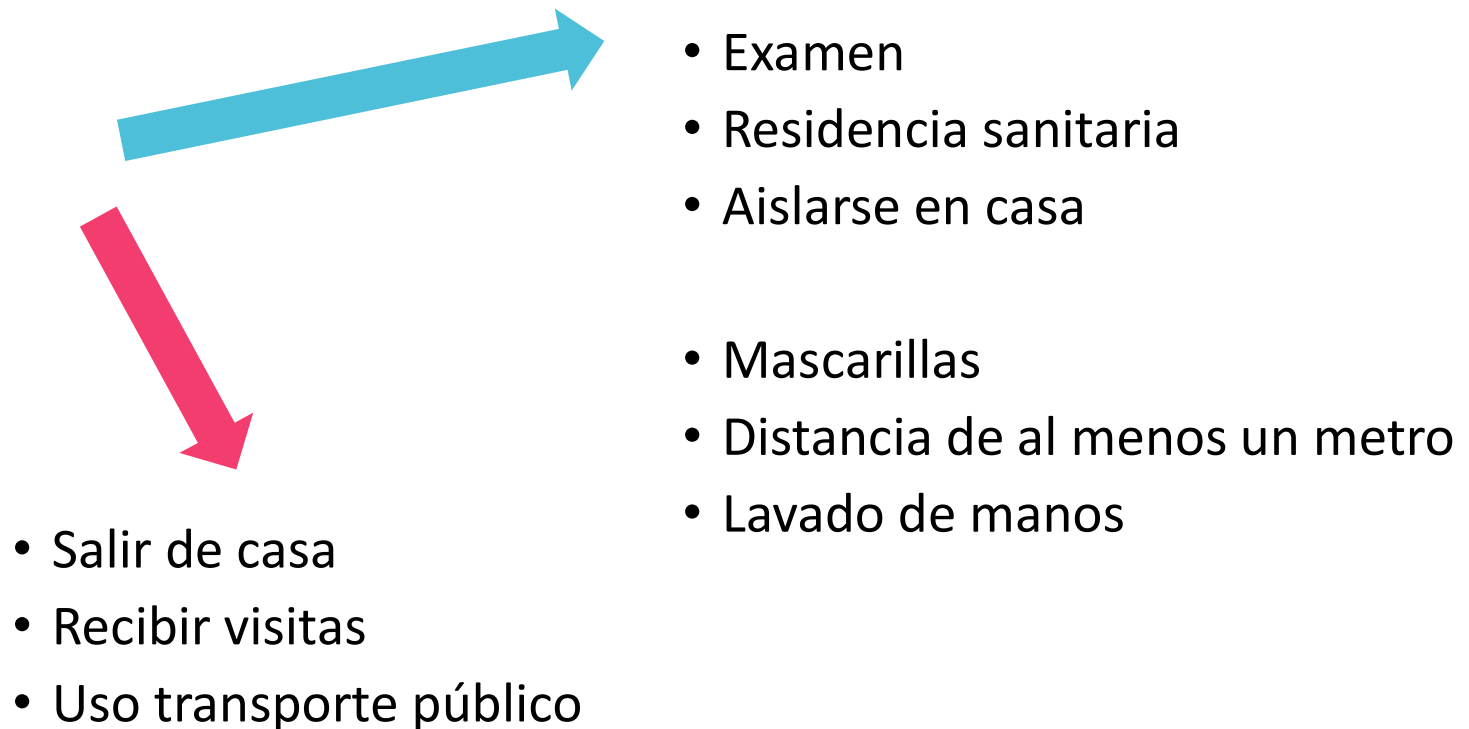
COVID – 19
como una
amenaza grave

67%



Percepción de riesgo y comportamientos preventivos

COVID-19
como una
amenaza grave



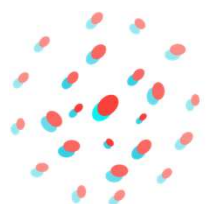
Percepción de riesgo $\neq$ Miedo

- Considerar que el contexto YA ES amenazante
- Población no responde bien al miedo (Stolow et al., 2020)
 - Rechazo o evitación de los mensajes
 - Pérdida de percepción de autoeficacia



Evitación

- “Al principio sípo. Por eso me aleje de ver tanta noticia. Estábamos todos los días pendiente: ‘que va a decir el ministro hoy día, que va a decir hoy día, ahh chuta cuántos se murieron, cuántos se contagiaron’. Entonces al final empiezas a tener miedo, ¿ya? Empiezas a dormir mal. Y eso al final, en vez de ayudar... ehh, toda esa información negativa, te afecta po”.
- Mujer menor de 65 con enfermedad crónica

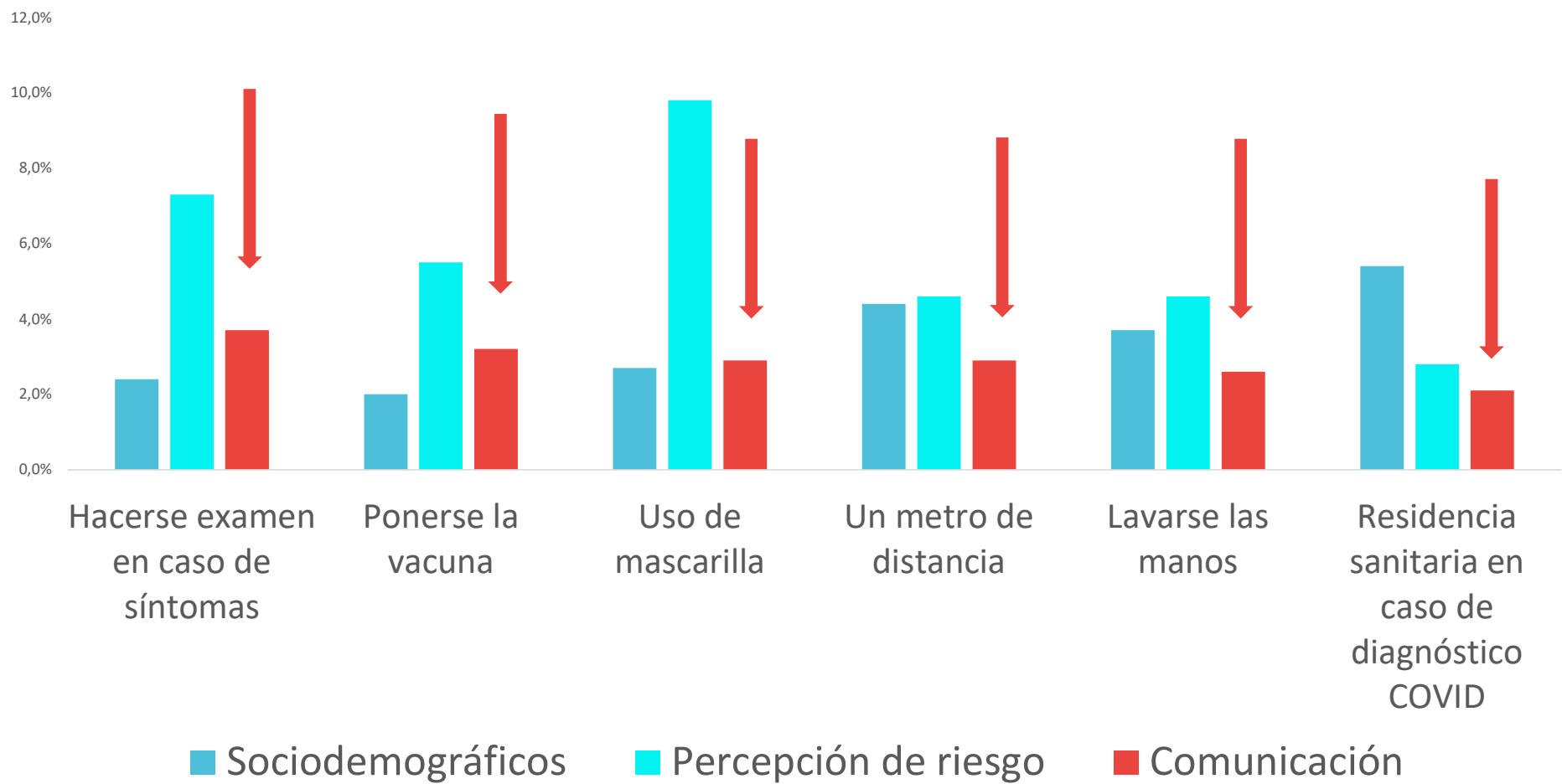


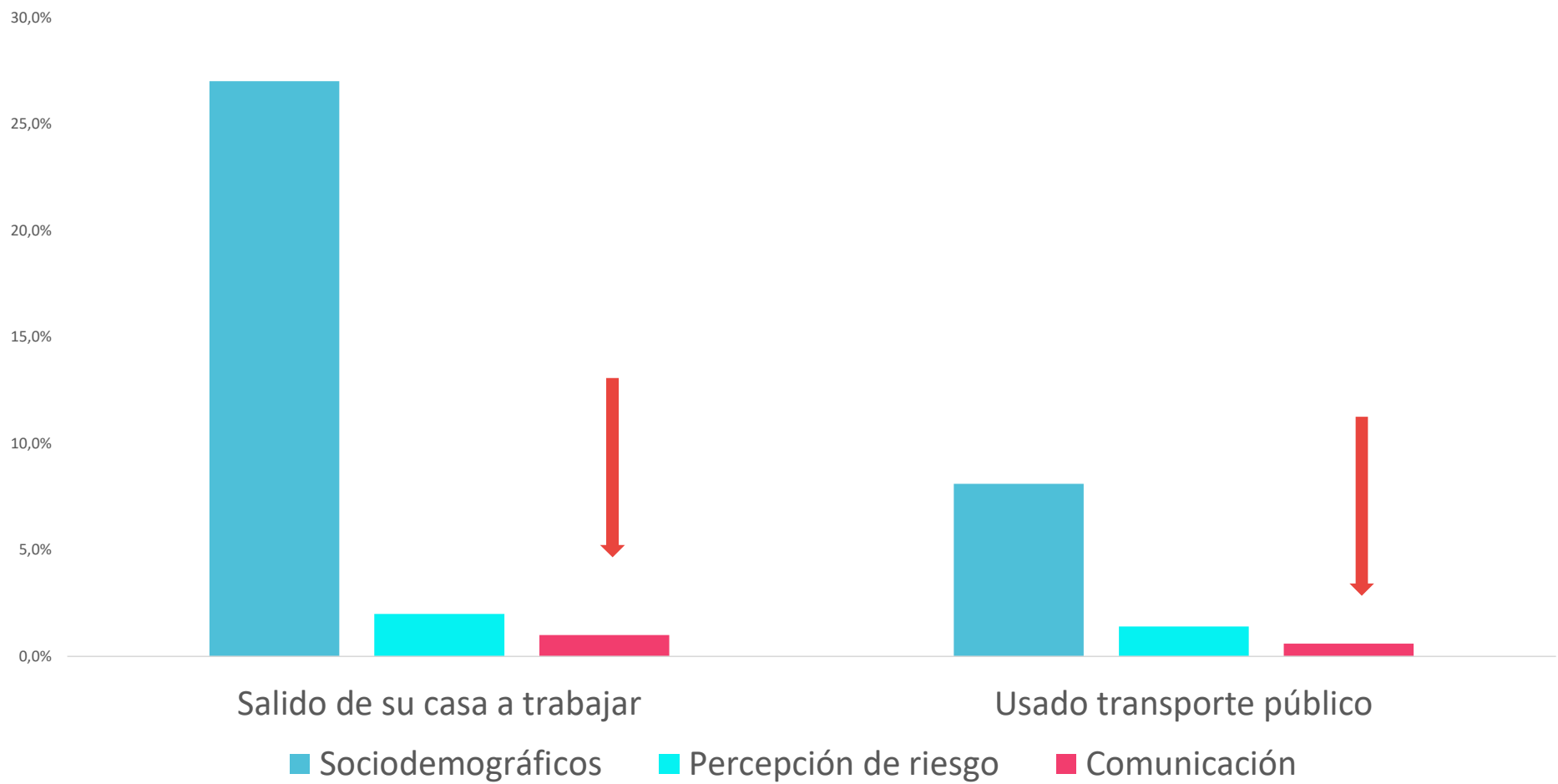
EIS

ESTUDIO SOBRE ACCESO
Y USO DE INFORMACIÓN SOBRE
COVID-19 EN CHILE

4

Comportamientos preventivos
en los que la comunicación influye



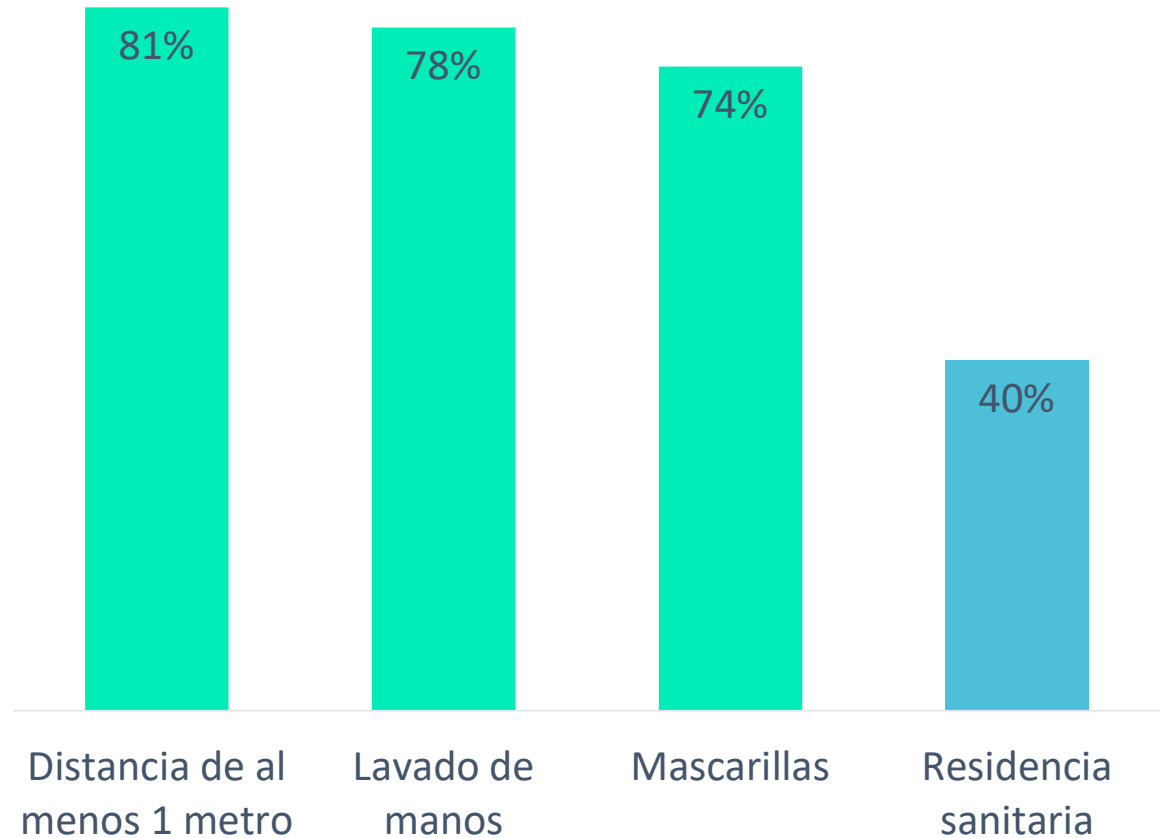


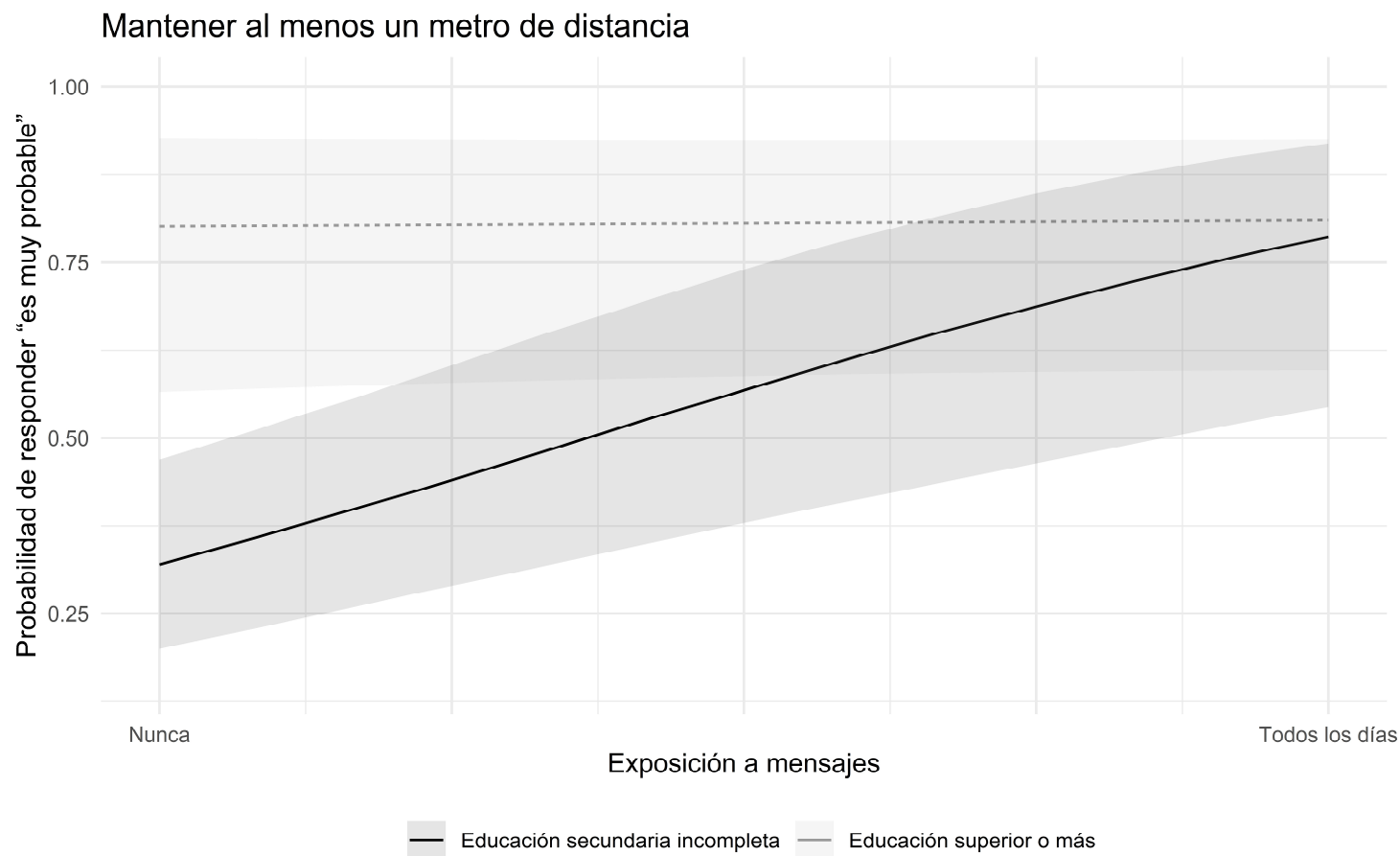
5

Campañas masivas
pueden hacer la diferencia

Alta exposición a mensajes de campaña

(varias veces a la semana
o diariamente)





Mensaje de
campaña es
más efectivo
motivando
conductas en
segmento de
menor
educación

Recomendaciones (1)



- Campañas preventivas deben mantenerse, pero renovarse
 - Reforzar comportamientos menos conocidos
 - Usar información de la estrategia TTA para determinar qué instancias son las que generan más riesgo.
 - Más especificidad en situaciones que se identifican como riesgosas
 - Ej. Modelamiento → mostrar formas seguras de reunirse con personas cercanas
 - Tono novedoso para hacer frente a la sobrecarga y evitación
 - Ej. Narrativas → esfuerzos persuasivos con menor resistencia
 - Considerar testeo de mensajes antes de sacarlos al aire
- Segmentación de las audiencias

Recomendaciones (2)



- Centralidad de la TV para difundir mensajes preventivos.
 - Redes sociales y canales digitales llegan más a segmentos más jóvenes y educados, dejar de lado a otros grupos
- Mirar más allá del nivel individual
 - Ej. Comunicación más enérgica con empleadores
- Evitar rivalizar con personas y organismos que gozan de alta credibilidad



AGRADECIMIENTOS EQUIPO ANID-COVID 0508

Verónica Rocamora, Universidad de Santiago (directora alt.)

Patricia Junge, Universidad de Chile (co-inv.)

Cecilia Prieto, The University of Edinburgh (co-inv.)

Pablo Guzmán, Universidad Diego Portales (co-inv.)



eiscovid.cl

- Reporte metodológico
- Resultados descriptivos
 - Cuestionarios
 - Base de datos

macarena.penaylillo@udp.cl



Referencias

- Brashers, 2001:
https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02892.x?casa_token=pfvjY1Or0EcAAAAA:KLDoCPvllGI dPajXPIGTrkUjg8yp2g_5x7EY2d_RcFVpgCr-ZbNPm5sC_wxxAHq22MHqRp3g59b2uCoF
- Kreps, 2021:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17447143.2021.1885417>
- Kim & Kreps, 2020:
https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/wmh3.363?casa_token=hPNYKzwrly4AAAAA%3AdKBuAXs6WPLtPrbK0scswWx8UyW_KsJOVGAwpnqKNiKJmyh0g1AHFzbNWPBg5W-l6LDJYpqYOeuKGmK
- Noar & Austin, 2020:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10410236.2020.1838093?src=recsys>
- Paek & Hove, 2020:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10410236.2020.1838092>
- Ratzan et al., 2020:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2020.1894015>
- Stephens et al., 2020:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0893318920934890>
- Stollow et al., 2020:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1090198120935073>
- Tandoc & Lee, 2020:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444820968212>
- Viswanath et al. 2020:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10410236.2020.1837445>
- Watzlawick, 2011: <https://psicologiasantacruz.com/wp-content/uploads/2019/07/Watzlawick-P.-No-Es-Posible-No-Comunicar.pdf>