



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

LA DONACIÓN DE ÓRGANOS EN COLOMBIA, UN PROCESO DE CULTURALIZACIÓN A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación
sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad
Universidad del Tolima



La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Introducción

Actualmente en Colombia se implementan numerosas campañas de salud dirigidas a la prevención de enfermedades infecciosas o el cáncer.

La importancia de la donación y el trasplante de órganos poco se ha difundido, especialmente a través de los medios de comunicación.

Los trasplantes son el único campo de la sanidad que no podría existir sin la participación de la gente.

El rechazo cultural hacia el procedimiento de donación de órganos y trasplantes se puede mejorar a través de los procesos de comunicación y diálogo entre los equipos de salud y los usuarios, disminuyendo las barreras sociales y culturales.

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Metodología

Objetivo. Conocer cuáles son los indicadores sobre la apreciación social referente a la donación de órganos que tienen los ciudadanos de Bucaramanga en Santander.

Elementos relacionados con las motivaciones que les llevarían o no a donar, tanto sus órganos como los de un familiar, en caso de muerte encefálica, para identificar dichas causas y poder poner en marcha futuras campañas de comunicación y concienciación en la sociedad colombiana.

Material y métodos. Encuesta como instrumento de recolección de datos primarios.

Población. Bucaramanga es una ciudad colombiana capital del departamento de Santander. Situada en el nordeste del país. Floridablanca, Girón y Piedecuesta conforman su área metropolitana, que junto con el municipio de Bucaramanga superan el millón de habitantes.

Bucaramanga tiene 519.385 ciudadanos

Para una respuesta de prevalencia de 50%

Un intervalo de confianza del 99%

Añadimos un margen superior al 15% para evitar posibles pérdidas de información

Conseguimos hasta 1212 encuestados

651 mujeres y 561 hombres, con un rango de edad entre los 15 a los 65 años, con diferentes niveles de estudio y entre los estratos sociales de 1 a 6 que van de menor a mayor ingreso familiar

Procedimiento. La aplicación de la encuesta fue de forma individual (autoaplicada), voluntaria y guiada por estudiantes de la Universidad Autónoma de Bucaramanga entre los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2012.



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

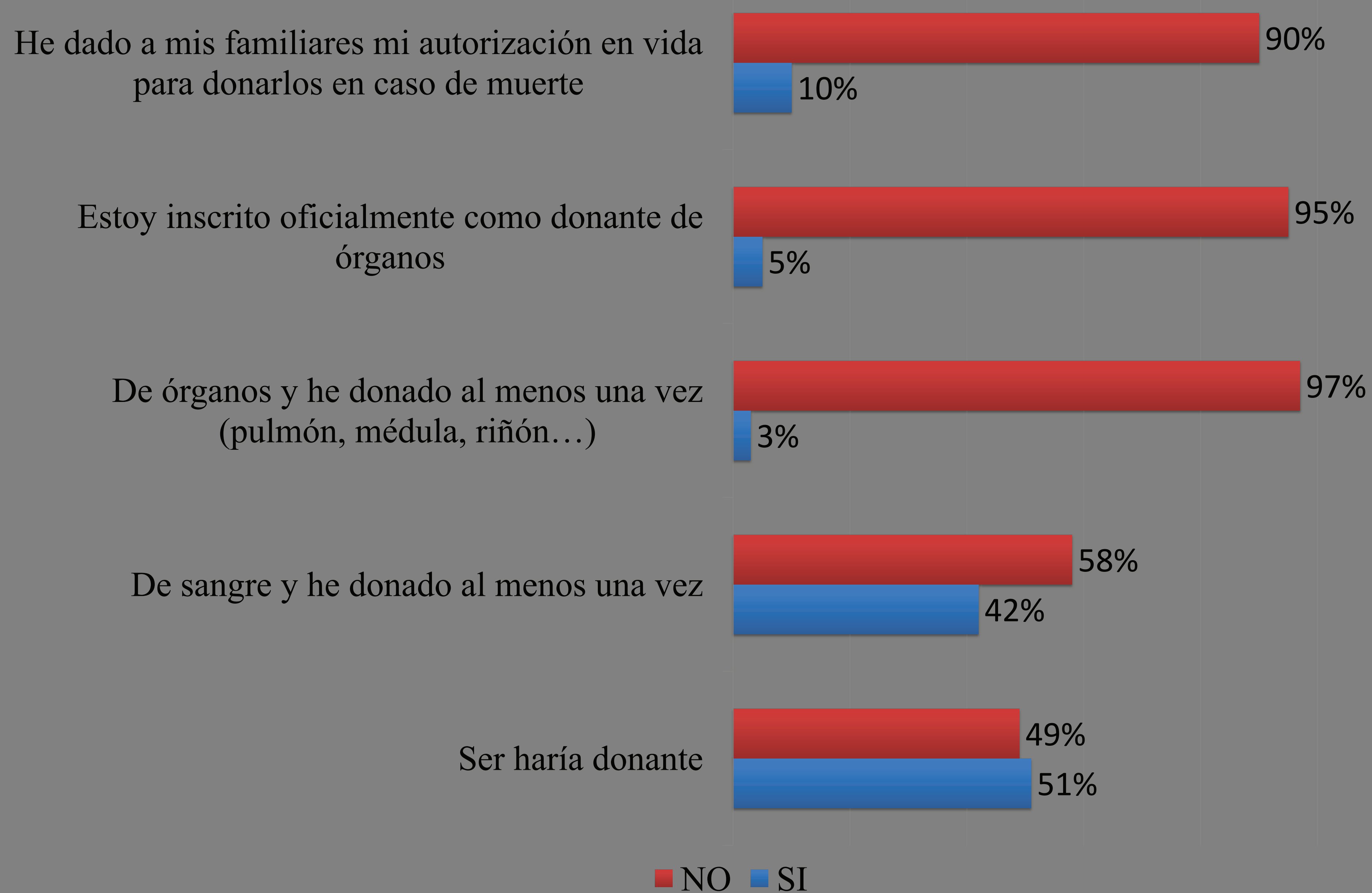
La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón

Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Resultados



Problema radica en que la gente no manifiesta su intención de ser donante a sus familiares y sólo el 5% está inscrito oficialmente.

Se pierden muchos donantes potenciales, en las que hay que trabajar para culturizar a la población con campañas de comunicación adaptadas a la idiosincrasia del país.



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón

Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Resultados

Por franjas de edad y género, las mujeres se harían donantes en un porcentaje ligeramente superior al de los hombres en todas las edades, menos en las mayores de 51 años.

En general, los hombres realizan más donaciones de sangre que las mujeres, de forma destacada entre los jóvenes de 15 a 20 años con un 45%, frente al 38% de las mujeres.

La generosidad para donar algún órgano en vida, es mayor entre los hombres de 36 a 50 años con un 6% y las mujeres de entre 51 a 65 años con un 8%.

El género femenino se muestra más concienciado con la donación y están inscritas como donantes en porcentajes iguales o superiores al de los hombres, excepto entre las mayores de 51 años.

Manifiestar el consentimiento en vida a un familiar hacia la donación: la respuesta es más homogénea en el caso de los hombres en las diferentes franjas de edad, que se mueve sobre el 9% pero de media ellas vuelven a demostrar más conciencia social.



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón

Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Resultados

Respecto al mayor nivel de estudios, solamente en el caso de dar la autorización en vida, se mejoran los porcentajes hacia la donación.

Los mayores donantes de sangre estén entre aquellos con menos estudios Primaria Completa (52%) y Secundaria Incompleta (56%).

Hay cierta tendencia a hacerse donante entre aquellos que van ampliando sus estudios, aunque esta media vuelve a bajar entre aquellos que acaban la universidad y llega hasta el 46%.

El nivel de estudios es otro variable que culturalmente debería mostrarnos variaciones en los índices de donación en la sociedad bumanguesa, pero cuyos resultados no han sido finalmente tan evidentes.

No hay tendencias claras

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Resultados

Los estratos sociales están divididos en Colombia según la cantidad de ingresos económicos que va de menor a mayor, de 1 a 6.

Existe un orden claramente creciente para hacerse donante, del mayor estrato 6 con un 34%, al menor estrato 1 con un 67%.

Los escasos recursos de la gente más pobre puede llevarles desesperadamente a convertirse en el objetivo de mafias y de gente sin escrúpulos que trafique con sus órganos.

Los donantes de sangre, con toda la significación altruista que tiene puesto que se puede realizar repetidamente en vida y de forma gratuita, es muy baja en el estrato 1 con un 13%.

El estrato 6, de alguna forma más “egoísta” se muestra menos tendente a donar sangre con un 27% el resto de estratos.

El estrato 1 es también el que más órganos ha donado en vida (4%) y el que más donantes inscritos tiene oficialmente (8%).



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

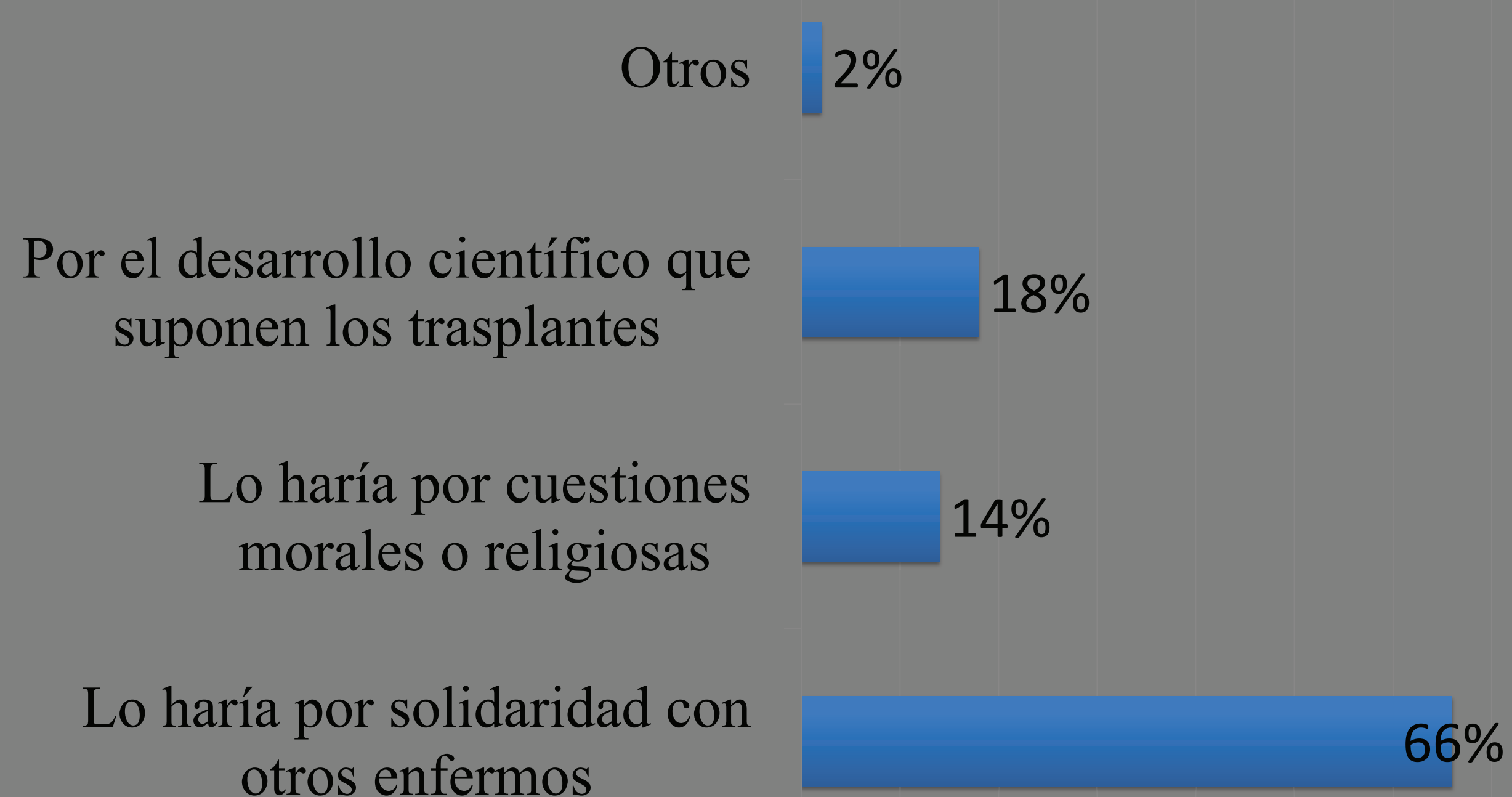
Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón

Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad

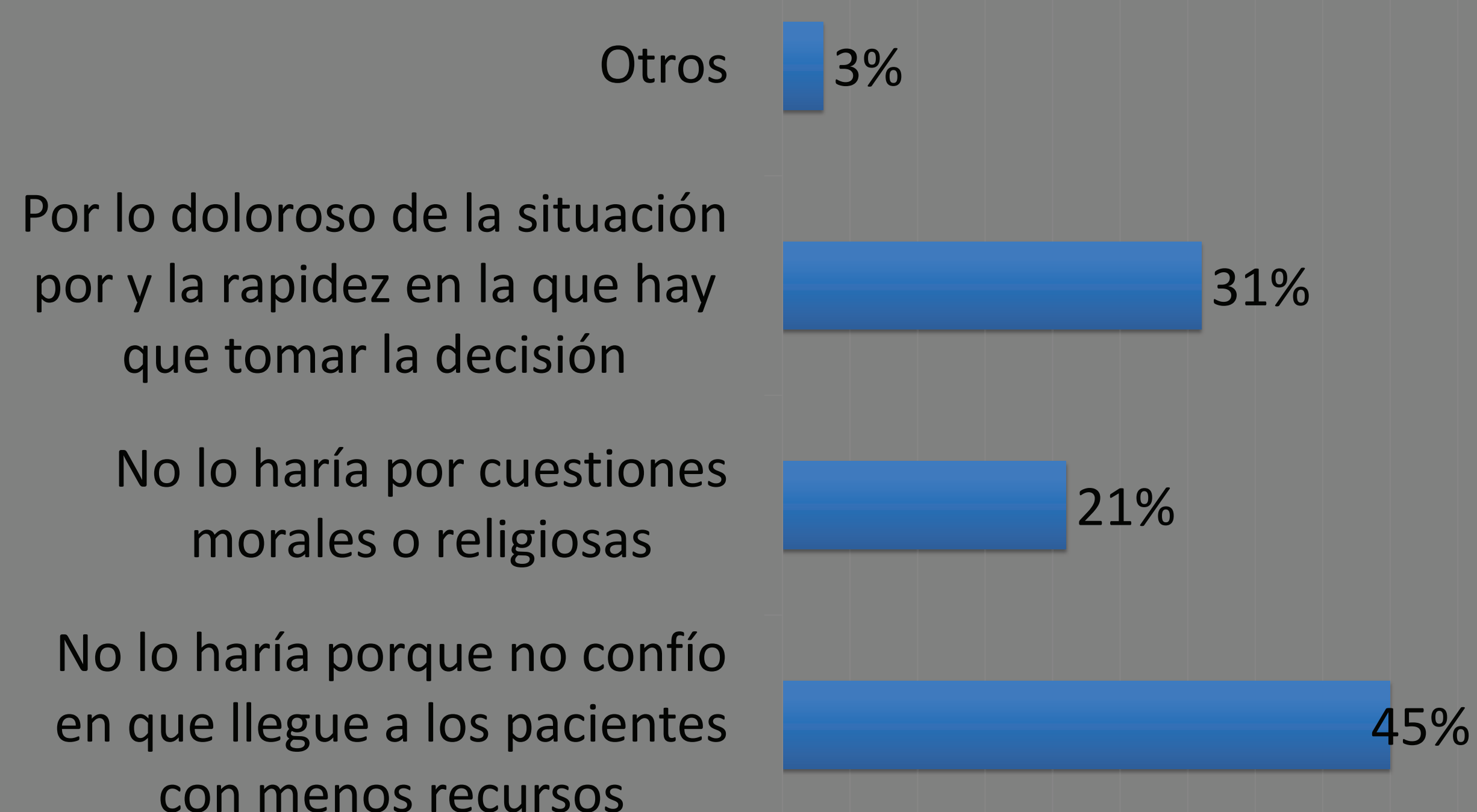


Resultados

Intenciones Positivas



Intenciones Negativas



Con las intenciones positivas y negativas buscamos las causas que mueven su generosidad, altruismo, miedos, tabús, mitos, etc.

En general, el altruismo con los enfermos es la intención positiva que más mueve la solidaridad de la gente con un 66%.

Las cuestiones morales y religiosas nos van a dar reacciones en los dos sentidos, es destacable que en el caso de las intenciones negativas, esta respuesta tenga un mayor peso específico, con un 21% frente al 14% que se decanta como intención positiva.

Existen más prejuicios dentro del ámbito de la ética y la religión, que están impidiendo que se realicen más donaciones y que deberemos tener en cuenta para la política de comunicación y culturalización que se pueda proponer en el país.

La educación deberá jugar un papel importante en el que se deberá explicar el concepto de muerte, desacralizar la dualidad cuerpo-alma, etc.



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón

Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Resultados

El 45% de los entrevistados cree que pueda existir tráfico de órganos, respuesta entendible, puesto que este país latinoamericano ha venido sufriendo esta lacra desde hace décadas.

El 31% no donaría los órganos de un familiar por lo dolorosa que es la situación que se plantea ante su pérdida y la gestión.

Por lo tanto se debería mejorar el proceso de comunicación entre los profesionales sanitarios y las familias afectadas.

El tiempo y los medios juegan un papel determinante para que los pacientes potenciales, efectivamente se conviertan en pacientes reales.



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón

Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Conclusiones

Colombia es un país en vías de desarrollo que debe empezar a aplicar políticas públicas que fomenten el espíritu solidario de la donación y que garanticen el fin de la lacra que para ellos ha supuesto el tráfico de órganos.

Parece que ya existe ese espíritu de solidaridad entre los bumanguenses, que podríamos hacer extensible a otras regiones del país, ya que el 51% de los encuestados declaró su intención de hacerse donante, un 42% de los mismos ha donado sangre al menos una vez y un 3% ha donado algún órgano en vida.

Habría que comenzar a trabajar desde otros frentes, estableciendo una política de comunicación que acompañe a todo lo que legalmente se ha venido haciendo hasta el momento, e incidir en las poblaciones objetivas que ya conocemos a partir de este estudio.

Sabemos que la cultura identifica a los pueblos y que las intenciones o actitudes hacia un problema social como el de la donación y los trasplantes, que puede salvar muchas vidas, no es algo que cambie de la noche a la mañana.

Pero sí podríamos cambiar las conciencias, si además ponemos las cosas más fáciles por ejemplo dando información de dónde y cómo podría registrarse uno como donante para que se multiplicaran los casos.

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Conclusiones

Resumen

El proceso de extracción de órganos en Colombia debería mejorar en trabajar:

- La optimización de las condiciones del potencial donante a fin de preservar lo mejor posible los órganos destinados para trasplante.
- La claridad en la comunicación con los familiares tanto del donante como del receptor; lo cual implica simplicidad cuando se maneje información por escrito y el aseguramiento de la calidad en cuanto al personal que participara en el procedimiento.
- Y la adecuación de los espacios y recursos físicos en los que este tendrá lugar.



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad



Financiación y/o Agradecimientos

- Universidad del Tolima
- Fundación Ikerbasque
- Universidad Autónoma de Bucaramanga



II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud
Madrid, 23 octubre 2015

La donación de órganos en Colombia, un proceso de culturalización a través de la comunicación

Antonia Moreno Cano y Lizandro Angulo Rincón
Directora y Co-director del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad

