



Sistemas de Inteligencia en Mercado y Opinión



*Centro Nacional
de Trasplantes*

Reporte Final

Investigación cualitativa

**Evaluación sobre percepción de
donación de órganos como
insumo para la articulación de
una estrategia de comunicación**

- Julio de 2008-

1. Valoración de hábitos de vida/ salud- enfermedad/ donación
2. Evaluación de conocimiento sobre donación de órganos
3. Actitud hacia la donación y trasplante de órganos sobre los propios órganos como sobre los de algún familiar
4. Identificación de campañas publicitarias sobre donación y trasplante de órganos
5. Argumentos para la generación de una estrategia de comunicación desde la perspectiva de la persona en quien recae la decisión de donar los órganos de un familiar
6. Cultura de la donación
7. Conclusiones
8. Recomendaciones estratégicas

- Los grupos que se realizaron en las tres localidades más importantes del país - Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey-, se conformaron con personas de tres segmentos poblacionales: grupos mixtos de 18 a 25 años, de 26 a 45 años, y de 46 a 60 años. Específicamente en la Ciudad de México se llevaron a cabo dos dinámicas extras con personas de 30 a 50 años que hubieran perdido algún familiar cercano recientemente o tuvieran un pariente con alguna enfermedad crónica, a fin de extraer argumentos más sensibles respecto al tema de la donación de órganos.
- **México, Distrito Federal:** Se manifestaron altos niveles de participación y de interés sobre el tema. Los niveles de conocimiento sobre este tema son de medios a bajos, e incluso se presentaron dos participantes con la experiencia de la donación en vida, lo cual enriqueció la dinámica en el segmento de 30 a 50 años.
- **Guadalajara, Jalisco:** Se mostró un alto nivel de participación y de interés sobre el tema, especialmente entre los participantes de 26 a 45 años y 46 a 60 años. En la mayoría de los casos se mostró una actitud positiva hacia la donación pese a las recientes acusaciones que salieron a la luz pública sobre el tráfico de órganos en el Hospital Civil.
- **Monterrey, Nuevo León:** En los tres segmentos entrevistados se mostró una menor sensibilización e interés respecto al tema. Es decir que fueron menos participativos y reflejaron menores niveles de información y conocimiento, en comparación con los entrevistados de las demás localidades.

Salud = condición prioritaria en la vida

“Tener salud es tenerlo todo”

Encontrarse en una condición fisiológica adecuada para **desempeñar las actividades cotidianas**



“Estar sanos” = condición física + mental óptima



“Sentirnos bien, no nada más físico sino moralmente”

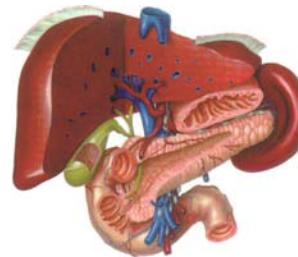
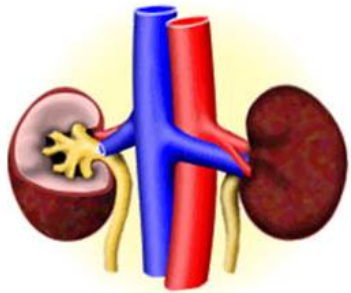
“Mente sana, cuerpo sano”

“Un equilibrio emocional y físico”

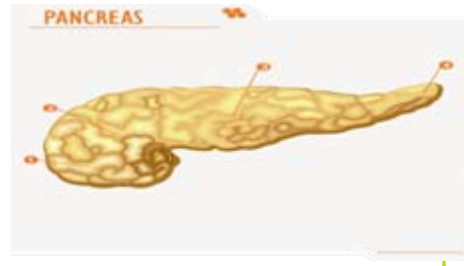
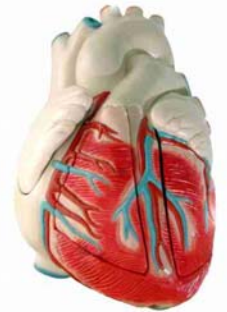
Para mantenerse sano =



La procuración de un **buen estado** de **salud** se reconoce como una **responsabilidad individual**, sin embargo se destaca la **influencia que ejercen los familiares más cercanos**, principalmente la pareja y los hijos. Especialmente **las mujeres** señalan la responsabilidad que tienen **como amas de casa de mantenerse sanas** para poder conducir su hogar.



Éstos se destacan como los órganos vitales del cuerpo, aunque se destaca la importancia de todos los órganos, debido a que cada uno cumple con una función específica que permite el funcionamiento de todo el cuerpo





Enfermedad = anti-valor, estado negativo



“Estar enfermos” = ámbito individual, sentirse mal

Es una condición que **interrumpe las actividades cotidianas**, lo cual genera **molestia, frustración, depresión y angustia**.

“Es algo que detiene tu vida normal”

“Sientes dolor”

“Depresión”

“Angustia”

“Desesperación y tristeza”

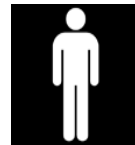
“Sentirte mal”



“Chequeos médicos” =



Más **rutinarios** (principalmente los estudios ginecológicos)



Esporádicos, en la mayoría de los casos. Únicamente se realizan en caso de tener algún síntoma de malestar.

Donación = bondad, altruismo y generosidad

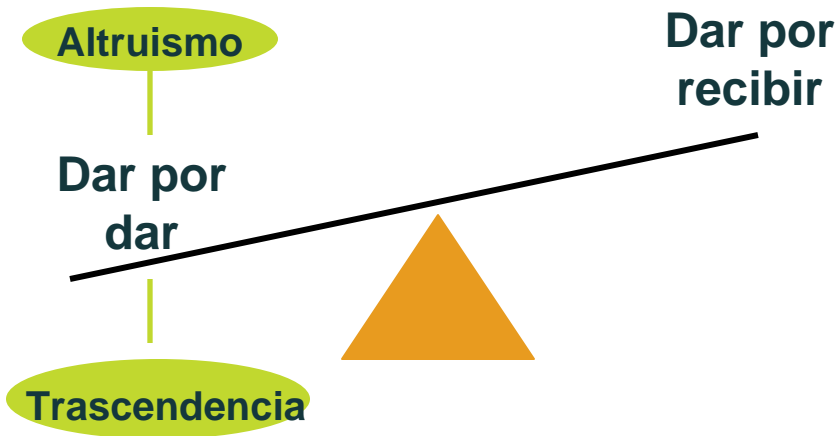


Para salvar la vida del prójimo

Donación después de morir

ACTITUD POSITIVA

(En la mayoría de los casos)



Donación en vida

RESISTENCIA

(En la mayoría de los casos)

Donación sólo
para **familiares
muy cercanos**

Padres- Hijos

**Temor a la
cirugía/
Merma en
la salud**

Falta



Los entrevistados reconocen que tener **salud** es **lo máspreciado**, sin embargo cuando **más se valora ésta, es cuando se padece alguna enfermedad**, pues indica que la ausencia de la misma impide realizar las actividades cotidianas. En este sentido, **cuando una persona se encuentra en mal estado de salud es más sensible y proclive a pensar en la donación de órganos**, al identificar la potencial necesidad de requerir en algún momento dado un órgano para recuperar lo más valioso: su salud.

Salud



Enfermedad



Donación

“Dormir bien”

“Tomar mucho agua”

“Pensar positivo ”

“No mal pasarse”

No tomar y no fumar”

“Alimentarse sanamente con productos naturales”

“Juego futbol”

“Hacer ejercicio”

“No puedes trabajar”

“Siente uno impotencia”

“Se deja de tener ánimos”

“Algo que detiene tu vida normal”

“No te permite vivir tu vida tal cual”

“se deja de tener ánimos”

“Depresión”

“Salvación”

“Ofrecer”

“Ayudar”

“Generosidad”

“Gusto por ayudar”

“Nobleza”

“Satisfacción”

“Dar vida”

Conocimiento sobre el Centro Nacional de Trasplantes

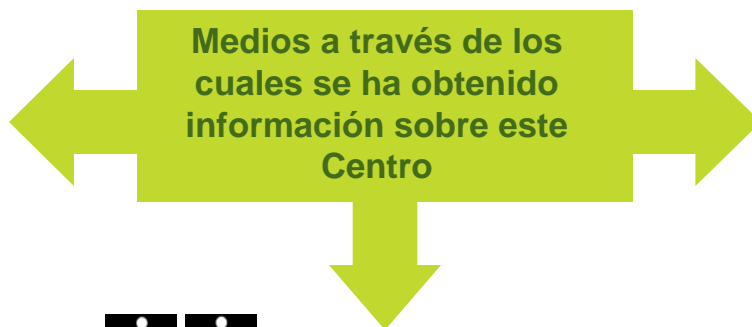
SIMO

De manera espontánea no se identifica una institución responsable de la donación de órganos y de forma inducida se registra un nivel de conocimiento medio/ bajo sobre el Centro Nacional de Trasplantes. Algunos **adultos y jóvenes** de **Guadalajara** y algunos adultos del **Distrito Federal** señalan que es la institución encargada de hacer conciencia sobre la donación de órganos y de tener un registro de las personas que requieren un trasplante de órganos.



Programas televisivos

- **Casos de la vida real**
- **Lo que callamos las mujeres**



Medios a través de los
cuales se ha obtenido
información sobre este
Centro



Noticieros televisivos/ periódicos



Publicidad televisiva



“En la noticias, algo que llegaron a comentar en alguna ocasión”

- “En México, en la televisión si hay difusión en los partidos de fútbol”

“En el programa Lo que callamos las mujeres”

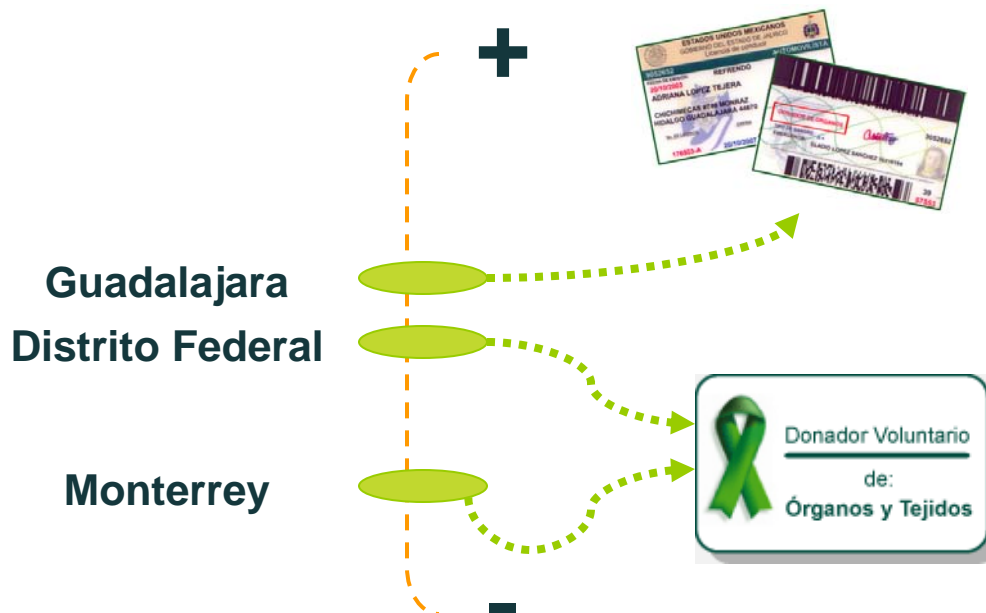
- “Sí he escuchado de él en la TV”

“Se encarga de reclutar voluntarios para aquellos que quieran donar órganos”

- “En la televisión, en Casos de la vida real”

En la **mayoría de los casos** se registran **bajos niveles de conocimiento** sobre la donación de órganos en México respecto a los **trámites y procedimientos a seguir en caso de querer donar los órganos, así como de requerir un trasplante y/o formalizar la decisión de donar.**

Nivel de conocimiento

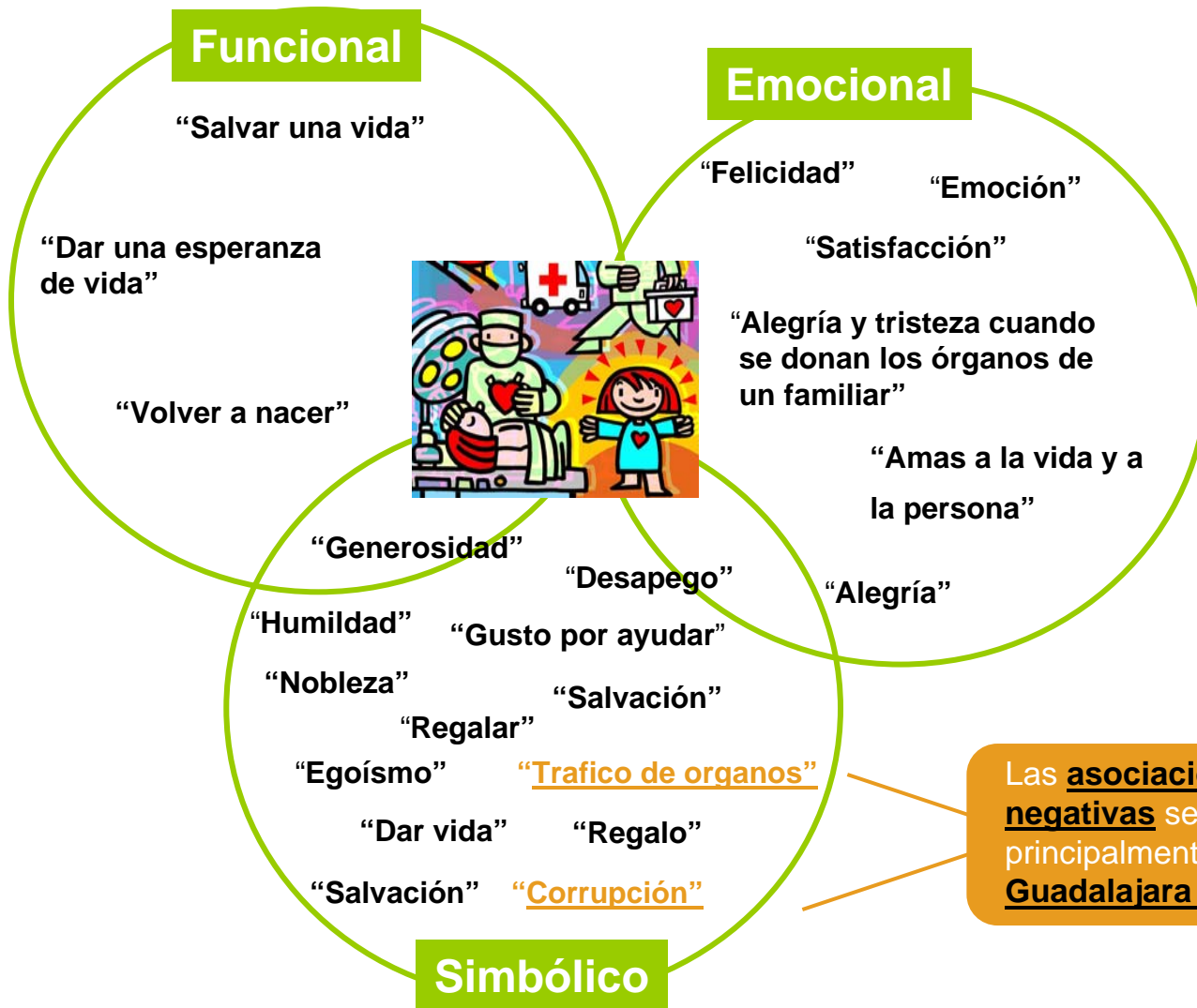


•En **Guadalajara** se encuentran más familiarizados con este tema, debido a que tienen comunicado formalmente su deseo de donar órganos después de morir en su **licencia para conducir**



•En el **Distrito Federal** identifican las tarjetas de donador voluntario de órganos que se han brindado en centros de salud, en escuelas y en algunas campañas de promoción, aunque son escasas las personas que cuentan con ellas.

•Mientras que en **Monterrey** se identifican estas tarjetas de manera muy aislada tanto entre los adultos como entre los jóvenes, y únicamente en este último segmento algunos entrevistados cuentan con ella, sin embargo se les otorga poca o nula importancia.



Las asociaciones negativas se manifestaron principalmente en Guadalajara y el DF

Guadalajara

Distrito Federal

Monterrey



Se reconoce haber tocado este tema con sus familiares más cercanos y/o su pareja, después de haber tramitado su licencia para conducir, donde expresan formalmente su deseo de donar sus órganos en caso de fallecer en algún accidente automovilístico.

De manera esporádica se ha compartido con los familiares más cercanos el interés de donar sus órganos, principalmente después de haber estado expuestos a alguna publicidad o campaña sobre este tema .


De manera muy aislada algunos jóvenes han compartido el deseo de donar sus órganos con sus familiares más cercanos después de haber obtenido las tarjetas de donador voluntario, o también al haber sido influidos por alguna publicidad o campaña sobre este tema.





1) CREENCIAS RELIGIOSAS y TABÚES

a. Los entrevistados de 26 a 45 y 46 a 60 años destacan las **creencias** que tienen especialmente sus padres o las **personas de mayor edad**, en general, de imaginar su **cuerpo desfigurado** o mutilado después de retirar los órganos



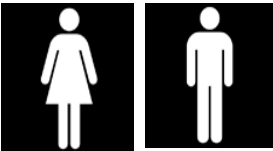
Pues su cuerpo no contará con una apariencia óptima para llevar a cabo los rituales religiosos (velación, misa de cuerpo presente)

b. **Impedimento** de algunas religiones para donar órganos como:



Cristianos (presbiterianos)

Testigos de Jehová



“A mí no se me permite donar por mi religión cristiana”

“Una señora es presbiteriana y dice que su mama quiere que la entierren completa las personas de mayor edad tenían la manera de pensar de cómo las van a mutilar muerta y es un tabú”

“El asunto familiar, me pongo a pensar en que momento me voy, si mi madre o yo, y pues ella tiene unas ideas y unas costumbres que puede que no respete mi decisión”

“A uno lo detiene mucho las tradiciones, por ejemplo eso de tres días velando a la persona”

2) DESCONFIANZA



Distrito Federal

**Tráfico de órganos
y corrupción**

Guadalajara

Esta percepción se alimenta de las historias que los entrevistados escuchan sobre **secuestros de niños para tráfico de órganos** o por las **películas** que han visto relacionadas con este tema. Otro factor de desconfianza es la falta de identificación de una institución encargada encargada de la donación



(Qué frenaría la donación?) "Que hagan mal uso de los órganos (DF)"

"Muy buena opinión del Hospital Civil pero por estas cosas han manchado la institución (GDA)".

"Sobornos hacia el trafico de transplantes con doctores (GDA)"

"Hay una película que se llama -Coma- y es de tráfico de drogas los tienen vivos pero les sacan los órganos (GDA)"

"Nos entra desconfianza por lo que escuchamos (GDA)"
"Una película que vi que se llama la Isla, que se supone de crear gente nueva para poder quitarle los órganos (DF)"

Nota: Argumento mencionado sólo en estas dos localidades

·Además de compartir las razones que se manifiestan en el Distrito Federal, este tema es especialmente sensible en esta localidad como resultado de las recientes acusaciones sobre el **tráfico de órganos en el Hospital Civil de Guadalajara y se tiene desconfianza sobre la posibilidad de terminar con la vida de una persona que esté delicada para aprovechar los órganos.**



Tráfico de órganos y corrupción

Guadalajara

Algunos adultos entrevistados perciben el tráfico de órgano como un hecho real, pero magnificado por los medios, lo cual desvirtúa el gran prestigio que goza el Hospital Civil en esta materia

En algunos casos, incluso se justifica el pago de un órgano ante la necesidad de recuperar la vida propia o de un familiar.

De manera aislada se describe al médico responsable del supuesto tráfico de órganos, como una persona que ha desempeñado el papel de “Robin Hood” considerando la supuesta versión de que cobraba los trasplantes de órganos a las personas con mayores recursos para realizarle trasplantes a las personas con menores posibilidades económicas

“La gente no quiere donar los órganos por que hacen negocio”

“Cobran mucho dinero”.

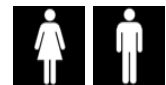
“Ambición ,cantidades exorbitantes de dinero por la donación”.

“Muy buena opinión del Hospital Civil pero por estas cosas han manchado la institución”

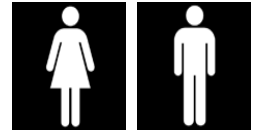
El Doctor que hacía trasplantes aquí era como Robin Hood, le quitaba a los ricos para poder hacerle un trasplante a los pobres

“Hay mucho amarillismo y no saben lo que pasa adentro”

Adultos



3) TEMORES A LA DONACIÓN EN VIDA



a) Riesgos de la Cirugía



b) Impacto en la salud

c) Incompatibilidad/ Rechazo del órgano por parte del receptor



“Rechazo de órganos y que la persona muriera”

“Que el donador muriera”.

“Los riesgos”. “Que no sirviera el órgano”

“Hay veces que un riñón no es compatible pero estaría mejor buscar a quien le puede funcionar

“Me da miedo y a lo mejor me impediría donar” +

La posibilidad de legalizar la compra y venta de órganos produce un

Desaparecería el altruismo como valor esencial y característico de la donación de órganos

para dar paso al mercantilismo de éstos.

Únicamente las personas con recursos económicos tendrían acceso a los órganos.

DISCRIMINACIÓN para la asignación de los órganos

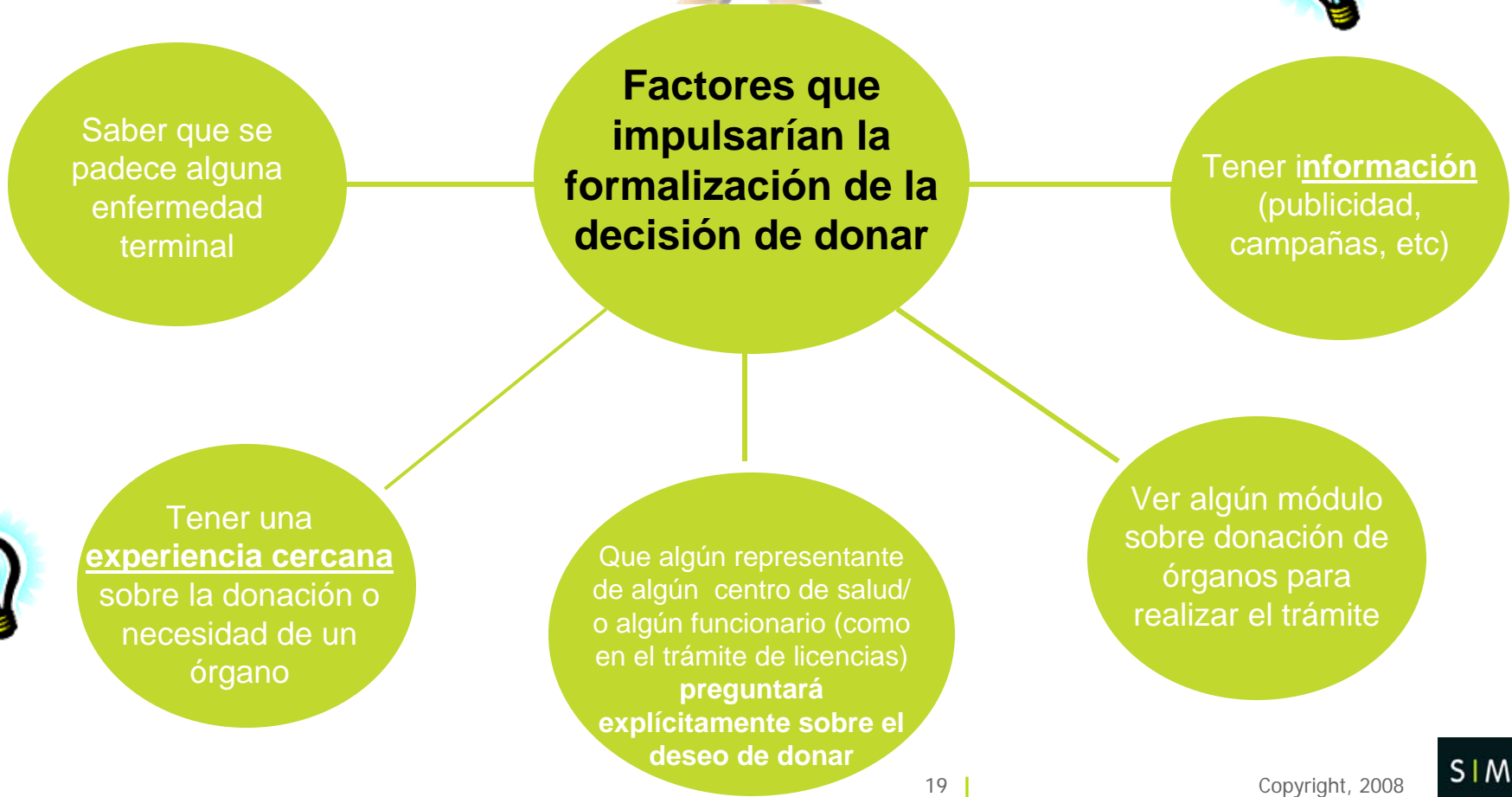


**RECHAZO
GENERALIZADO**

Genera gran preocupación

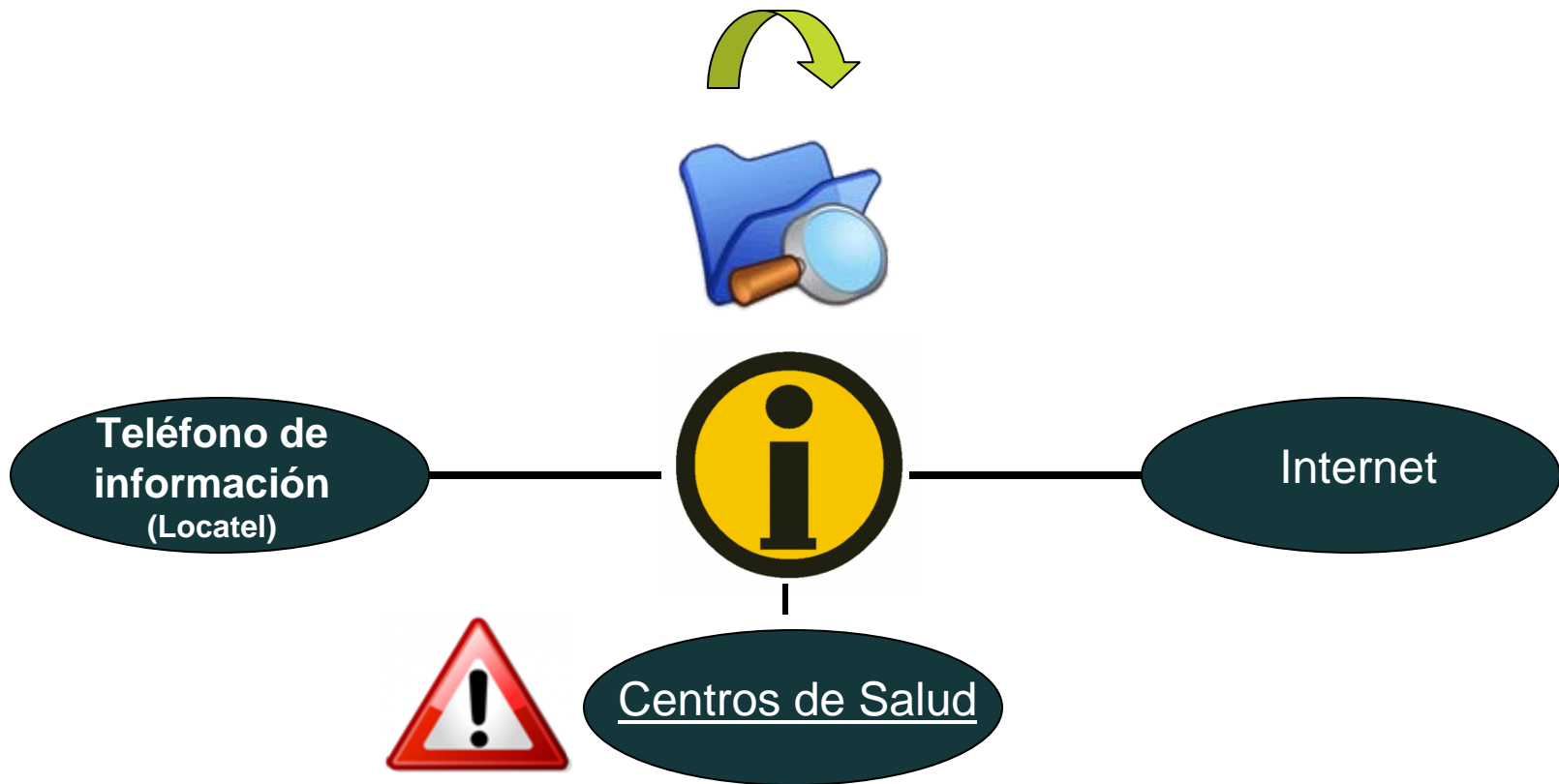
Posible ola de secuestros que pudiera surgir con motivo del tráfico de órganos.

Escenario 1: *Estando sano, hoy en día ¿qué tendría que pasar para tomar la decisión de donar órganos?*



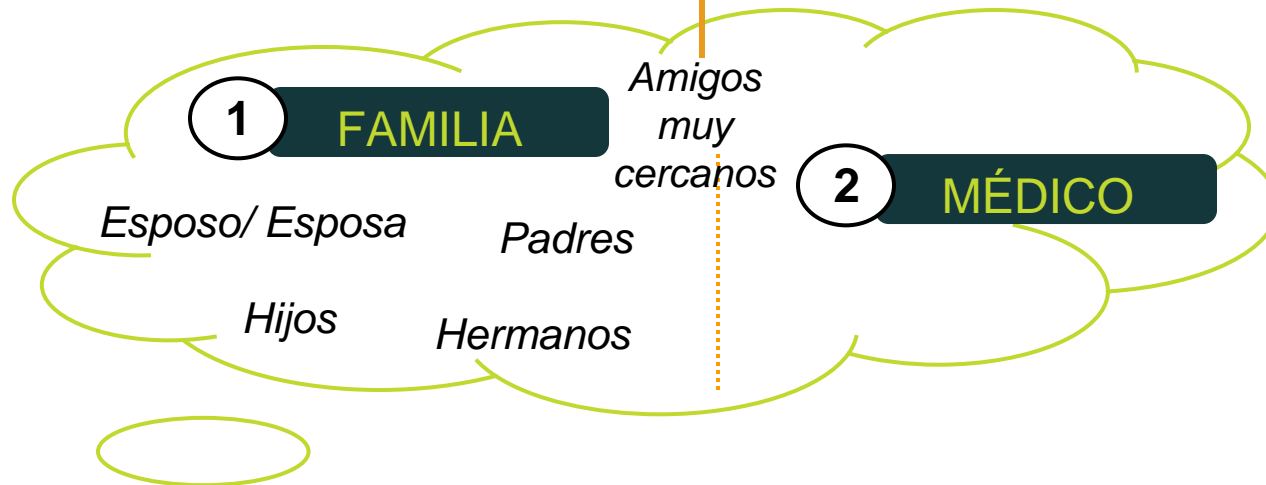
Escenario 1: *Estando sano, hoy en día ¿qué tendría que pasar para tomar la decisión de donar órganos?*

**Experiencia cercana o directa
sobre la donación o trasplante de un órgano**



Escenario 2: En caso de ubicarnos en nuestro lecho de muerte ¿a quién le comunicaríamos la intención de donar nuestros órganos?

Se encuentran antes que el médico, sin embargo no se ubican como las primeras personas en comunicarle esta voluntad



En general los entrevistados señalan que comunicarían la intención de donar sus órganos **primeramente a sus familiares** y en **segundo lugar a su médico de cabecera**. De manera muy aislada se menciona que se le notificaría a un notario para tener una garantía legal de este procedimiento.

Escenario 3: ¿Qué pasaría ahora si uno estuviera en la posición de decidir la donación de órganos de un familiar que se encontrara en su lecho de muerte y que en ningún momento les hubiera comunicado su deseo de donar, ¿donarían los órganos o no?

DEBER SER (racional)



- Altruismo
- Conciencia
- Satisfacción
- Compromiso moral
- Empatía
- Trascendencia

Es preciso destacar que se manifiesta una mayor sensibilidad de las mujeres en caso de tener que donar los órganos de sus hijos, por una motivación de trascendencia y bondad, es decir de pensar en que su hijo viva en alguien más y regalar una esperanza de vida.



SER (Emocional)

- Falta de autoridad para elegir sobre el cuerpo de otra persona
- Desconfianza sobre el uso de los órganos
- Falta de interés

Escenario 3: ¿Qué pasaría ahora si uno estuviera en la posición de decidir la donación de órganos de un familiar que se encontrara en su lecho de muerte y que en ningún momento les hubiera comunicado su deseo de donar, ¿donarían los órganos o no?

A FAVOR

“Si tienes conciencia le echas mecánica y vámonos”

“Si fuera un hijo que tuviera esperanza uno como mama que su vida de vida a otras personas”.

“Yo si lo haría porque sentiría que en este caso mi padre estaría satisfecho”

“Hay que ser frío si piensas en los demás”

“Yo si lo haría porque todos somos hermanos y sé que de cierta forma no lo va a necesitar”

EN CONTRA

“Primero lo platicaría con los demás no puedo decidir sobre él”

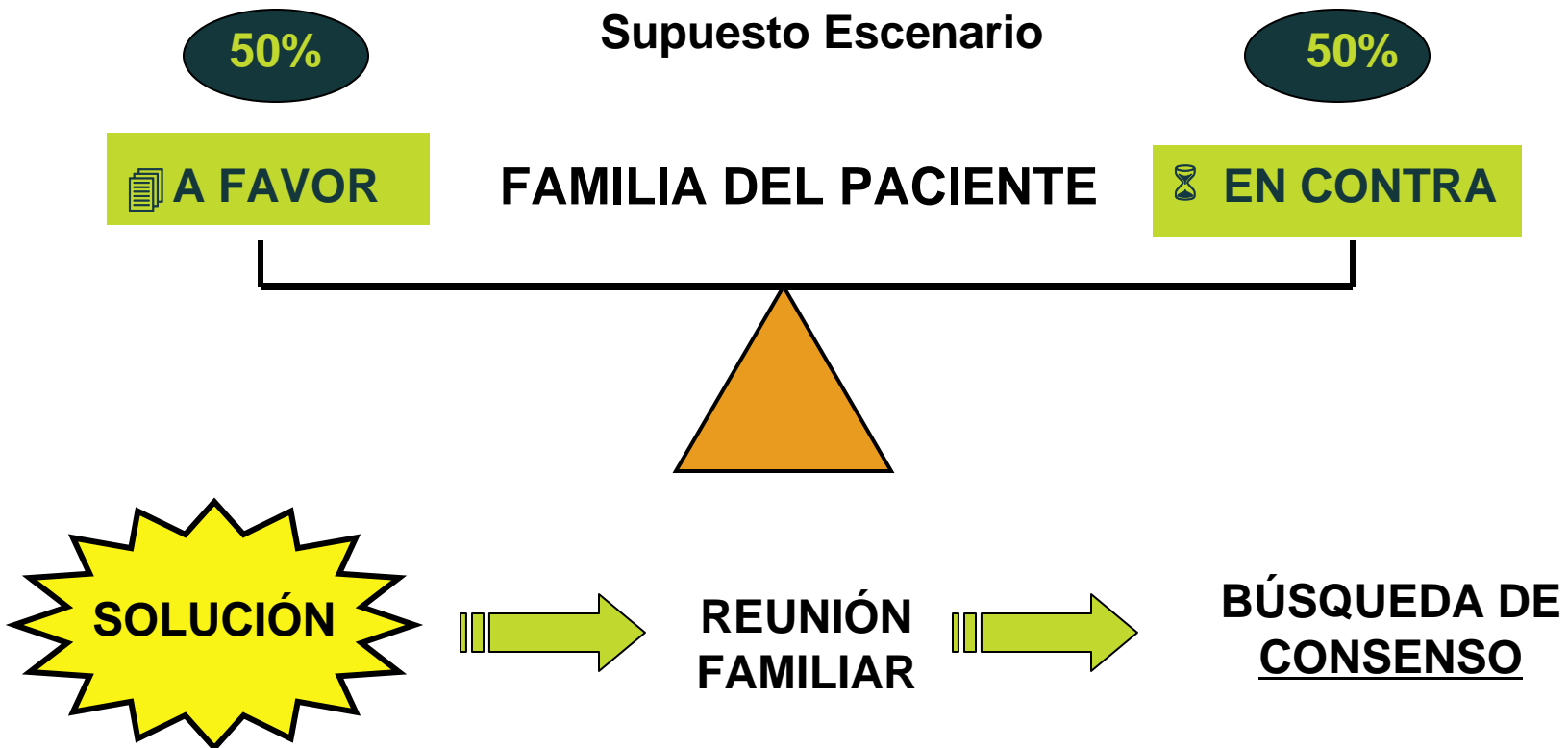
“Mi papá firmó en un ocasión una tarjetita donde el decía que estaba de acuerdo en donar sus órganos, y en el momento que falleció no le dimos mucho interés”

“Son situaciones muy extremas”


“A mí me entraría la desconfianza”

No sabría qué hacer pero creo que no





En este escenario, los **familiares a favor** de la **donación buscarían persuadir** a los demás familiares, principalmente por el lado de la **Empatía**.


 *“Pensar en los demás”*
“Ponerte en los zapatos del otro”

Elementos necesarios para persuadir sobre la donación de órganos de un familiar

- a) Que el médico de certidumbre sobre la imposibilidad de remediar la salud del paciente y que el personal del hospital brinde **Información clara, sencilla y oportuna** sobre el procedimiento de la donación de órganos, ya que la familia no tendrá por sí misma el interés de informarse sobre este tema por el escenario de sensibilidad en el que se encuentra inmersa.
- b) Contar con una **garantía sobre el buen uso de los órganos** brindada por la institución encargada de realizar la donación con el aval de la Secretaría de Salud **para brindar confianza** a los familiares
- c) De ser posible, **saber el destino de los órganos**, pues de esta manera se tendría una mayor sensibilización con la donación
- d) Tener **absoluta discreción** sobre la información del donador
- e) En el ámbito familiar, **considerar el perfil del paciente con el fin de imaginarse si esa persona hubiera estado a favor o en contra de la donación**, independientemente de que en ningún momento lo hubiera señalado explícitamente

Identificación de campañas publicitarias

- La publicidad que se identifica sobre este tema es escasa. Además se señala que normalmente éstas son **muy breves o esporádicas**.
- Es importante destacar que se registra una **segmentación por género** en torno a las campañas, información o comerciales que se identifican sobre la donación de órganos. En la mayoría de los casos la información que se ubica proviene de la televisión, y en algunos casos de anuncios en el transporte público -principalmente del metro en el DF-.




Ví en un tren del metro en un anuncio, decía el correo www.quierodonar.com algo así, el logotipo era un corazón de color rojo,

“En los **partidos de foot ball** que pasan por Televisa”

“- **Dona vida-** de TV Azteca”

“De Telmex y Telcel”



“Ví en un programa de **Bailando por un Sueño** vi un espacio donde sale una mama donde acababa de fallecer su niño de 5 años, por eso ella dono los órganos de su hijo y salvo a otra persona”

“En Mujer **Casos de la Vida Real** y en **Lo que Callamos las Mujeres**”

“En el **programa Escuela para padres** del canal 11, ”





ANTES DE LA DONACIÓN

Escenario de sensibilidad con **niño necesitado de un órgano**- como símbolo de inocencia y de futuro por delante-

(Inspiración en el **Teletón**, especialmente en Guadalajara)



•**COLORES GRISEASOS** QUE REFLEJEN UN ESCENARIO DE TRISTEZA

•**MÚSICA MELANCÓLICA**

PUENTE

¿Dono o NO dono sus órganos?



DESPUÉS DE LA DONACIÓN

Niño después de la donación festejando un año más de vida



Niño jugando después de haber recuperado la vida por la donación de un órgano



•**COLORES BRILLANTES** QUE REFLEJEN UN ESCENARIO DE FELICIDAD

•**MÚSICA ALEGRE**

Principal problema



Falta de una cultura de la donación



- a) **Bajo nivel de conocimiento** sobre la donación de órganos
- b) Los **principales factores** que **motivan la donación después de morir son:**
- El sentido de altruismo
 - La trascendencia
 - La empatía
- c) En el caso de la **donación de órganos en vida**, existe una mayor resistencia por:
- El temor a la cirugía
 - El impacto en su salud
- Por ello, en la mayoría de los casos **únicamente donarían sus órganos a los familiares más cercanos** - hijos y padres -.
- d) Los principales **factores que inhiben la donación de órganos son:**
- La desconfianza sobre el uso de los órganos
 - Los creencias y tabús relacionados con religiones

- d)** El conocimiento sobre el **tráfico de órganos** que se destaca en Guadalajara y la Ciudad de México **no desmotiva el interés de donar los órganos**, aunque si se manifiesta el interés de tener una seguridad sobre el buen uso de los mismos.
- e)** No se manifiesta un sentido de **responsabilidad** por parte de la ciudadanía de informarse sobre este tema, y formalizar su decisión de donar. Únicamente se piensa en una formalización a partir de tener una **experiencia cercana, recibir información o que por alguna circunstancia se le pregunte textualmente sobre el deseo de donar órganos.**
- f)** En términos generales **se rehuye a hablar sobre la donación de órganos** por la asociación instintiva que hace con la muerte, sin embargo cabe destacar que algunos **entrevistados al haber estado expuestos a alguna publicidad o información sobre este tema, son más proclives a comentar su deseo de donar sus órganos con sus familiares** más cercanos, lo cual indica la importancia de la difusión de información para impulsar la comunicación sobre este tema de salud pública.

- g) **Los participantes no se ven alentados a buscar información sobre la donación de órganos** por su asociación instintiva con la muerte, únicamente buscarían información en caso de tener una experiencia cercana o directa con este hecho. Por lo tanto, para generar una cultura de la donación es de vital importancia acercar lo más posible la información a la población por distintos medios y a través de distintos mecanismos, de manera que la gente no tenga que hacer el esfuerzo por enterarse.
- h) Los **entrevistados no se perciben como proveedores de información, sin embargo le adjudican esta responsabilidad a los niños**, considerando la posibilidad de que se implementaran programas educativos que generaran conciencia en ellos y que los convirtieran en agentes de un cambio social respecto a la donación.

La generación de una cultura de la donación resulta de vital importancia para sensibilizar a la población sobre este fenómeno. Ahora bien, el acto de donar debería desmitificarse, implicando con ello su naturalización como parte de muchas de las decisiones obligadas que se toman en la vida; para tal efecto es pertinente destacar el sentido altruista y de compañerismo entre los posibles donantes.

Por otro lado, resulta de vital importancia que en los medios en los que decida difundirse no sea expuesto bajo circunstancias violentas, pues solamente corroborarían los temores de los implicados.

Corto plazo (1 a 6 meses)

Para ello se recomienda **proveer información** sobre **la donación de órganos en México y** sobre **el CENATRA** como institución encargada de esta área de salud, avalada por la Secretaría de Salud en:

a) Medios masivos de comunicación por su impacto en la población, (Televisión y radio), sin embargo es preciso destacar que este impacto es efímero y esporádico, pues se limita a la duración de la campaña publicitaria y al efecto de recordación que pudiera tener en los primeros meses sucesivos a la misma.

- **Audiencia objetivo:** población general

b) En prensa escrita, e Internet a través de banners, publicidad en los portales de correos electrónicos, redes sociales (blogs, chat), así como en sitios como periódicos en línea.

- **Audiencia objetivo:** nivel socioeconómico medio/ alto (C+ / AB)

c) El Transporte público, -metro- en el caso de la Ciudad de México, especialmente para las personas de estrato medio- bajo, así como en microbuses tanto por el efecto visual que tienen para los usuarios como para los demás conductores particulares en todas las ciudades del país.

- **Audiencia objetivo:** nivel socioeconómico medio/ alto (C-/ D+, D)

d) En los **Centros de Salud**, pues se considera la fuente de información más cercana para los entrevistados por el acceso que tienen a éstos de manera recurrente. En estos centros se considera fundamental acercar la información a través de posters cuyo impacto visual permita competir con la demás publicidad informativa. También es plausible la instauración de módulos de información donde sea posible realizar el trámite de donador voluntario de órganos.

e) Promover **alianzas con las televisoras** para difundir la donación de órganos con líderes sociales- artistas, deportistas y líderes de opinión, con el sello de CENATRA y de la televisora a fin de que se identifique a **CENATRA como corresponsable** de la emisión de la información, y que se presente la dirección electrónica de este Centro para obtener información más precisa sobre el tema.

f) **Brindar información en contextos familiares** como: restaurantes, plazas comerciales, parques y supermercados buscando impulsar la comunicación familiar respecto a este tema y generar una corresponsabilidad como familia al ser una decisión de acción colectiva, y por otro lado **desmitificar la connotación** negativa de donación de órganos brindando información clara, sensible y amigable.

Mediano plazo (6 meses a 2 años)

- g)** Generar acuerdos con empresas públicas (CFE) / y/o privadas (compañías telefónicas, bancos) para brindar información sobre la donación de órganos y remitiendo al sitio oficial de CENATRA para exhortar la formalización de la voluntad de donar órganos en los estados de cuenta, pues de esta manera la población recibirá la información directamente en sus hogares.
- h)** Cabildear la posibilidad de extender a todas las entidades federativas la formalización de ser donador voluntario de órganos en el trámite de licencia para conducir como sucede en Jalisco, pues se constata una mayor sensibilización sobre este tema por haber realizado este trámite, además de que se manifiesta una mayor proclividad de comunicar esta intención con los familiares.

Mediano plazo (2 a 6 años)

- i)** Tener una base de datos actualizada de las personas que han formalizado el deseo de donar sus órganos con el fin de que en los hospitales y centros de salud se tenga conocimiento de las personas que han formalizado su deseo de, a fin de restarle responsabilidad a los familiares para tomar esta decisión.
- j)** Promover un acuerdo entre Cenatra- SSA y la SEP para generar programas educativos que integren el tema de la donación de órganos con el fin de generar una cultura desde la infancia, a fin de contribuir a la desmitificación de la donación, y que los mismos niños se conviertan en concientizadores de este fenómeno.