



## Carta al Editor

# Difusión de mensajes para favorecer la adherencia a la vacunación contra la COVID 19: Un estudio cualitativo en el seguro social de salud del Perú

## Dissemination of messages to promote adherence to vaccination against COVID 19: A qualitative study in the social health insurance of Peru

Silvana M. Matassini-Eyzaguirre<sup>1,a</sup>; Percy Soto-Becerra<sup>1,b</sup>

DOI

<https://doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2022.152.1441>

Señor editor:

A finales del 2019, se identificó en China un nuevo coronavirus al que se lo denominó COVID-19. Debido a su velocidad de expansión y gravedad, el 11 de marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) lo declaró como pandemia<sup>(1)</sup>. La pandemia ha generado en la población cambios estructurales en su vida social; pero los aspectos científicos también se han presentado como vorágines permanentes y forman parte de las conversaciones e incertidumbres cotidianas de la gente. En ese sentido, las noticias sobre el desarrollo de las vacunas contra la COVID-19 han ocasionado preguntas frecuentes sobre su seguridad, eficacia, características y modos de funcionamiento.

En el Perú, el sistema sanitario tiene como objetivo conseguir una elevada cobertura de vacunación, comenzando por los grupos más vulnerables frente a la pandemia. Resulta fundamental generar estrategias de comunicación que permitan alcanzar el umbral de inmunidad colectiva a través de una adecuada información científico-técnica. Diversos estudios sobre la adherencia a la vacunación revelan la importancia de conocer cuáles son los factores determinantes que afectan a la población que presenta algún grado de reticencia, para poder generar estrategias de información y aceptación hacia la vacunación<sup>(2,3)</sup>. Los resultados evidencian que las relaciones interpersonales entre la población y los profesionales de salud son determinantes en el acceso a la vacunación. No obstante, aspectos como los geográficos y sociales, la falta de conocimiento sobre vacunación son barreras al acceso a la inmunización. Se resalta la necesidad de reforzar políticas más equitativas y la comunicación efectiva como herramientas para promover la credibilidad de los servicios de salud. Esta promoción de campañas informativas, además, deben ser dirigidas tanto a pacientes como a profesionales de la salud, con mensajes informativos y educativos sobre: el riesgo y las consecuencias de las enfermedades, los riesgos al que se exponen las personas al no ser vacunadas, la seguridad de las vacunas, los efectos de las vacunas en el sistema inmune y los métodos de prevención existentes, comparados con la vacunación<sup>(3)</sup>.

Por lo tanto, conocer las preguntas más frecuentes de la población, el conocimiento y/o desconocimiento sobre la vacunación, sus miedos y experiencias durante la pandemia son aspectos que, al explorarlos, contribuirán a la formación de mensajes claves para contribuir a su toma de decisiones en salud. Además, permitirá hacerle frente a posibles flujos de información compartida masivamente a través de medios de comunicación que ocasionan confusión y miedo en la población<sup>(4)</sup>.

En el marco de una investigación operativa, realizamos un estudio cualitativo que contó con un total de 15 participantes, entre personal de salud y profesionales de EsSalud. Su participación estuvo distribuida entre entrevistas individuales, grupos focales y un taller participativo.

### FILIACIÓN

1. Instituto de Evaluación de Tecnologías en Salud e Investigación (IETS), EsSalud, Lima-Perú.
  - a. Magister.
  - b. Médico cirujano.

### ORCID

1. Silvana M. Matassini Eyzaguirre  
[0000-0001-6175-3645](https://orcid.org/0000-0001-6175-3645)
2. Percy Soto Becerra  
[0000-0001-5332-9254](https://orcid.org/0000-0001-5332-9254)

### CORRESPONDENCIA

Silvana M. Matassini Eyzaguirre  
Calle 4, 109, Magdalena del Mar, Lima-Perú  
+51 946348610

### EMAIL

[smatassini@gmail.com](mailto:smatassini@gmail.com)

### CONFLICTOS DE INTERÉS

Los autores declaran no tener conflicto de intereses. Algunos autores al momento de la ejecución del proyecto y redacción del manuscrito laboraban en EsSalud.

### FINANCIAMIENTO

El estudio fue financiado en su totalidad por el Instituto de Evaluación de Tecnologías en Salud e Investigación (IETS), EsSalud.

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Todos los autores revisaron y aprobaron la versión final del manuscrito.

### REVISIÓN DE PARES

Recibido: 04/04/2022  
Aceptado: 30/06/2022

### COMO CITAR

Soto-Becerra P, Matassini-Eyzaguirre SM. Difusión de mensajes para favorecer la adherencia a la vacunación contra la COVID 19: Un estudio cualitativo en el seguro social de salud del Perú. Rev. Cuerpo Med. HNAAA [Internet]. 30 de junio de 2022 [citado 2 de octubre de 2022];15(2):313-5. DOI: [10.35434/rcmhnaaa.2022.152.1441](https://doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2022.152.1441)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.  
Versión Impresa: ISSN: 2225-5109  
Versión Electrónica: ISSN: 2227-4731  
Cross Ref. DOI: 10.35434/rcmhnaaa  
OJS: <https://cmhnaaa.org.pe/ojs>

Entre los hallazgos se encontraron que las preguntas más frecuentes de los pacientes estaban relacionadas a la diversa oferta de vacunas a nivel global y a la variada información accesible en redes sociales y medios de comunicación. Las personas se preguntan sobre las vacunas que llegarán al país, si son efectivas y seguras, o si de lo contrario, podrían ocasionar efectos secundarios. Estas interrogantes fueron más resaltantes entre la población adulta mayor y con comorbilidades.

Durante las primeras olas de la pandemia, otro grupo importante de preguntas frecuentes se centró en lo relacionado al registro en padrones de vacunación, flujos y lugares de atención. Existía una confusión, tanto por parte de los asegurados como por parte del personal de salud sobre estos aspectos y procesos.

Por otro lado, los resultados también mostraron que el nivel de conocimiento de la población respecto a la vacunación era contradictorio o era información sin evidencia científica. Las primeras olas estuvieron caracterizadas por una infodemia abundante.

Con respecto a la aceptabilidad de la vacuna, durante las primeras olas, aún con las incertidumbres e inseguridades alrededor de las vacunas, el personal de salud expresó que la población en general estaba en espera de las mismas. Sorprendió, sin embargo, que para algunas de las personas entrevistadas el rechazo hacia la vacuna viene también por parte de profesionales de la salud. El desconocimiento sobre los efectos secundarios y las comorbilidades serían las principales razones.

Lo encontrado permitió profundizar en la problemática sobre cómo se manejó institucionalmente los discursos oficiales y el conocimiento de procesos y flujos de atención para la vacunación.

Los profesionales que participaron de los grupos focales señalaron que desconocían mensajes oficiales o estandarizados sobre las vacunas. Ante interrogantes de la población asegurada, las respuestas por parte de ellos se basó en su conocimiento mas no existe un discurso institucional.

Los participantes también resaltaron que no hay claridad sobre los cuidados a tomar después de la vacunación según la condición de salud de la persona y la vacuna recibida. Adicionalmente, los profesionales de la salud mencionaron que la guía técnica de vacunas del Ministerio de Salud- MINSU, la cual es, actualmente, la normativa oficial respecto a los procesos sobre la vacunación, se presta a confusiones sobre los criterios de inclusión de la población a vacunar.

Estas necesidades de mensajes, son principalmente difundidos a través de redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, Twitter). Sin embargo, durante la fase del taller participativo no se mencionó la opción de elaborar mensajes diseñados a otros medios de difusión, como por ejemplo, a través de mensajes de texto o radio y prensa local de las diferentes regiones del país.

La actual pandemia ha ocasionado diversos cambios sociales, ha interrumpido la vida de la población y ocasionado pérdidas

humanas y económicas irreparables. Por esta razón, no es de sorprender que los aspectos científicos, como la creación de vacunas contra la COVID-19, se convirtieran en parte de las conversaciones diarias, la población quiere saber sobre la eficacia, seguridad y procedencia de las vacunas, así como también sobre los procesos para lograr vacunarse y desean estar al centro de las discusiones sobre la diversa información al respecto de la enfermedad<sup>(5-7)</sup>. Por lo tanto, la comunicación se convierte en la principal arma y estrategia para lograr un acercamiento de toda la población hacia los beneficios de la vacunación.

En un contexto de incertidumbre por las características de esta pandemia, la sociedad necesita que los profesionales de la salud tengan una adecuada y actualizada información científico-técnica y que transmitan esta información de manera sencilla y por diversos canales y medios de comunicación para garantizar el acceso a la misma.

La confianza a las instituciones oficiales es uno de los aspectos fundamentales para el rechazo o aceptación a la vacuna. Se discute la importancia de las relaciones entre el personal de salud y los usuarios. La adherencia a la vacuna pasa también por un tema de confianza al sistema de salud, en donde el personal de salud son la cara del mismo. Como se menciona en algunos estudios, no es poco frecuente que un paciente pregunte al personal de salud: “¿Y usted se ha vacunado?”. Por lo tanto, la población no solo demanda información, sino también ejemplos vivenciales para poder tomar una decisión informada<sup>(5-7)</sup>. La población puede sentir miedo ante una vacuna que “ha llegado muy rápido”, y prefieren esperar a ver resultados en otros vacunados o pueden dejarse influir por información sin evidencia científica. Una debilitada confianza en las entidades oficiales de salud, empresas farmacéuticas y diversos espacios políticos promoverán una menor adherencia a la vacunación. Todo lo contrario se pudo observar en el caso de Israel, en donde su rápida y eficiente campaña de inmunización estuvo estrechamente relacionada a la divulgación masiva de información y el respaldo de intelectuales y autoridades respetadas del país con el soporte audiovisual que colaboró a una mayor amplificación de mensajes de confianza<sup>(7)</sup>. Los mensajes y estrategias comunicacionales deben desplegarse dentro de una institucionalidad organizada. Como se observa en los hallazgos del estudio, es necesario socializar entre los profesionales y personal de salud lo referido a procesos y flujos de atención, estandarizar mensajes sobre todo lo que concierne a la vacunación, crear guías que apoyen todo el proceso de vacunación y que informen tanto a los usuarios como al personal de salud.

La confianza en las instituciones oficiales de salud también recaerá en su materialidad. Las infraestructuras, como señala Larkin<sup>(8)</sup> son redes físicas a través de las cuales se trafican bienes, ideas, poder, personas y finanzas. Las infraestructuras podrían ofrecer información sobre cómo las personas entienden su espacio, sus roles, cómo esta configuración podría producir ciudadanía e identidad de las personas. Las personas refuerzan los comportamientos al interactuar en un espacio físico que los representa. Su espacio se convierte en una identidad de lugar: pertenecen. En una debilitada y desordenada estructura de salud, en donde además, problemas de escasez y corrupción han

deteriorado la representatividad y confianza hacia los servicios públicos de salud más allá de los muros hospitalarios, las personas pueden temer y negarse a recibir las vacunas para detener la COVID-19. Y, si bien es cierto que en la actualidad existe una alta aceptabilidad hacia las vacunas, aun persiste el desconocimiento y temor hacia ellas por parte de la población. Asimismo, algunos estudios demuestran que las poblaciones rurales podrían presentar menor adherencia hacia la vacunación debido a menor acceso a servicios de salud y por lo tanto menor acceso a información. Esta situación promovería algunas terapias de cuidado que muchas veces no cuentan con evidencia científica y que no solo no podrían ser eficaces pero que posiblemente pudiesen afectar la salud de esta población<sup>(9-10)</sup>.

Dicho esto, generar paquetes narrativos que incluyan todas las interrogantes es crucial para el proceso de democratización de la información, en lenguaje sencillo y accesible. Pero además, es fundamental detectar canales de distribución de información y amplificar así los mensajes claves alrededor de las vacunas en todo el país. En este ejercicio, el trabajo realizado por la oficina de relaciones institucionales en base a los insumos proporcionados por nuestro estudio, deben ser claves para promover campañas agresivas de información en los meses venideros y que se sostengan en una infraestructura institucional entendida como una red sólida en donde todas las áreas de salud y profesionales involucrados manejen lenguajes y procesos homogéneos sobre la enfermedad y los flujos del proceso de vacunación.

Es normal y comprensible que cada persona establezca un balance de riesgos y beneficios, y decida si la vacunación contra la COVID-19 es segura para ella y sus seres queridos, por lo tanto, generar confianza y brindar información con evidencia, objetiva y amigable resulta una tarea incansable para el logro de mayores niveles de adherencia a la vacuna contra la COVID-19.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mitchell C, <https://www.facebook.com/pahowho>. OPS/OMS | La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia [Internet]. Pan American Health Organization / World Health Organization. 2020 [citado 29 de mayo de 2020]. Disponible en: [https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=1926&lang=es](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=1926&lang=es)
2. Vidal QAS. Adherencia a la vacunación. 2018;3.
3. Milena AP. El desafío de informar a la población como estrategia para la cobertura óptima de la vacunación contra la COVID-19. :4.
4. Mejia CR, Rodríguez-Alarcon JF, Garay-Rios L, Enriquez-Anco M de G, Moreno A, Huaytán-Rojas K, et al. Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas [Internet]. junio de 2020 [citado 25 de marzo de 2021]; 39(2). Disponible en: <http://www.revibiomedica.sld.cu/index.php/ibi/article/view/698/921>
5. E AMC, M MLP. LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas. Laurus. 2008;14(27):96-114. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111892006>
6. Duarte DC, Oliveira VC de, Guimarães EA de A, Viegas SM da F. SciELO - Brasil - Vaccination access in Primary Care from the user's perspective: senses and feelings about healthcare services Vaccination access in Primary Care from the user's perspective: senses and feelings about healthcare services. Esc Anna Nery [Internet]. 3 de diciembre de 2018 [citado 9 de junio de 2021];23. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/ean/a/sxh8xrqtMrYMsJYhz5mJcdc/abstract/?lang=es>. <https://doi.org/10.1590/2177-9465-EAN-2018-0250>
7. Jiménez RF, Pérez BL. Por qué la ciudadanía rechaza la vacuna contra el COVID-19?
8. Larkin B. The Politics and Poetics of Infrastructure. Annual Review of Anthropology. 2013;42(1):327-43. /doi/pdf/10.1146/annurev-anthro-092412-155522
9. Herrera-Añazco P, Uyen-Cateriano A, Urrunaga-Pastor D, Bendezu-Quispe G, Toro-Huamanchumo CJ, Rodríguez-Morales AJ, et al. Prevalencia y factores asociados a la intención de vacunación contra la COVID-19 en el Perú [Internet]. SciELO Preprints; 2021 [citado 11 de octubre de 2021]. Disponible en <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/1879>. <http://dx.doi.org/10.17843/rpmpesp.2021.383.7446>
10. Income Inequality across the Rural-Urban Continuum in the United States, 1970-2016\* - Thiede - 2020 - Rural Sociology - Wiley Online Library [Internet]. [citado 11 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ruso.12354>. /doi/abs/10.1111/ruso.12354.