

# El ABC para abordar el Estigma Social asociado al COVID-19

IFRC, UNICEF, WHO (2020). Social Stigma associated with COVID -19. February 2020.

Traducción páginas seleccionadas.

<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid19-stigma-guide.pdf>

Grupo de Investigación en Psicología Comunitaria

Departamento de Psicología - PUCP

22 de abril 2020



GRUPO DE  
INVESTIGACIÓN  
EN PSICOLOGÍA COMUNITARIA

## Datos del documento



- ▶ Una **guía para prevenir y abordar el estigma social**. Esta lista de verificación incluye recomendaciones del Centro para Programas de Comunicación Johns Hopkins: READY Networks.
- ▶ Está dirigido a: Gobierno, medios de comunicación y organizaciones locales **que trabajan en la nueva enfermedad por coronavirus (COVID-19)**.



# Índice



## Social Stigma associated with COVID-19

1. ¿Qué es el estigma social?
2. ¿Por qué el COVID-19 causa tanto estigma?
3. ¿Cuál es el impacto?
4. ¿Cómo abordar el estigma social?
  - ▶ A. Las palabras importan
  - ▶ B. Haz tu parte
  - ▶ C. Consejos de comunicación y mensajes



### A guide to preventing and addressing social stigma<sup>1</sup>

Target audience: Government, media and local organisations working on the new coronavirus disease (COVID-19).

#### WHAT IS SOCIAL STIGMA?

Social stigma in the context of health is the negative association between a person or group of people who share certain characteristics and a specific disease. In an outbreak, this may mean people are labelled, stereotyped, discriminated against, treated separately, and/or experience loss of status because of a perceived link with a disease.

Such treatment can negatively affect those with the disease, as well as their caregivers, family, friends and communities. People who don't have the disease but share other characteristics with this group may also suffer from stigma.

The current COVID-19 outbreak has provoked social stigma and discriminatory behaviours against people of certain ethnic backgrounds as well as anyone perceived to have been in contact with the virus.

# 1. ¿Qué es el estigma social?

- ▶ El estigma social en el contexto de la salud es la **asociación negativa entre una persona o grupo de personas que comparten ciertas características y una enfermedad específica**. En un brote, esto puede significar que las personas son etiquetadas, estereotipadas, discriminadas, segregadas y/o experimentan pérdida del status debido a una asociación percibida con una enfermedad.
- ▶ Un trato de este tipo puede **afectar negativamente a las personas con la enfermedad**, así como a sus cuidadores, familiares, amigos y comunidades. Y las **personas que no tienen la enfermedad** pero comparten otras características con el grupo también puede sufrir el estigma.
- ▶ El brote actual de COVID-19 **ha provocado estigma social y conductas discriminatorias** hacia personas de ciertos orígenes étnicos, así como hacia cualquier persona que se asume ha estado en contacto con el virus.

## 2. ¿Por qué el COVID-19 causa tanto estigma?

- ▶ El nivel de estigma asociado con el COVID-19 se basa en tres factores principales:

1) Es una enfermedad nueva y todavía hay muchas incógnitas.

2) A menudo tenemos temor a lo desconocido.

3) Es fácil asociar ese temor con los "otros".

- ▶ Es comprensible que haya confusión, ansiedad y miedo entre el público. Lamentablemente, estos factores también están alimentando estereotipos dañinos.

### 3. ¿Cuál es el impacto?

- ▶ El estigma puede debilitar la cohesión social y generar aislamiento social de algunos grupos, lo que podría contribuir a una situación en la que el virus tiene más probabilidades de propagarse. Esto podría resultar en más problemas severos de salud y dificultades para controlar un brote de la enfermedad.
- ▶ El estigma puede:

Impulsar a las personas a ocultar la enfermedad para evitar la discriminación.

Evitar que las personas busquen atención médica de manera inmediata.

Disuadirlos de adoptar comportamientos saludables.

## 4. ¿ Cómo abordar el estigma social?

- ▶ La evidencia muestra claramente que el estigma y el miedo asociado a las enfermedades transmisibles obstaculizan la respuesta. Lo que funciona es **generar seguridad en aquellos servicios y consejos de salud confiables**, mostrando empatía con los afectados, comprendiendo la enfermedad en sí misma y **adoptando medidas prácticas y efectivas** para que las personas puedan cuidarse y mantener a salvo a sus seres queridos.
- ▶ La forma en que nos comunicamos acerca del COVID-19 es fundamental para ayudar a las personas a tomar medidas efectivas, para ayudar a combatir la enfermedad y **evitar alimentar el miedo y el estigma**. Es necesario crear un entorno en el que la enfermedad y su impacto pueden **discutirse y abordarse de manera abierta, honesta y efectiva**.

## 4. ¿ Cómo abordar el estigma social?

- ▶ Aquí hay algunos consejos sobre cómo abordar y evitar contribuir con el estigma social:

### A. Las palabras importan:

Qué Sí decir y que NO decir cuando hablamos del nuevo coronavirus (COVID-19)

### B. Haz tu parte:

Ideas simples para alejar el estigma

### C. Consejos y mensajes de comunicación.

Usando diversas plataformas

## A. Las Palabras Importan

- ▶ Al hablar de la enfermedad por coronavirus, algunas palabras y lenguajes pueden tener un significado negativo y **alimentar el estigma**. Pueden **perpetuar estereotipos negativos y suposiciones**, pueden **fortalecer asociaciones** falsas entre la enfermedad y otros factores, **crear miedo** generalizado, o **deshumanizar** a quienes tienen la enfermedad.
- ▶ Esto puede **ahuyentar a las personas** de buscar ser examinadas, evaluadas y puestas en cuarentena.
- ▶ **Recomendamos usar un lenguaje de “las personas primero”** para respetar y empoderar a las personas.
  - ▶ Las palabras utilizadas en los medios de comunicación son especialmente importantes, ya que **darán forma al lenguaje popular y formas de comunicación** sobre el nuevo coronavirus (COVID-19).
  - ▶ **Los informes negativos tienen el potencial de influir** sobre cómo las personas sospechosas de tener el nuevo coronavirus (COVID-19), o las personas con diagnóstico del nuevo corona viruas (COVID-19) y sus familias y las comunidades afectadas **son percibidas y tratadas**.

## A. Las Palabras Importan

- ▶ Hay muchos **ejemplos concretos** sobre cómo el uso de un lenguaje inclusivo y una terminología menos estigmatizante puede ayudar a controlar epidemias y pandemias, como el VIH, la TBC y la gripe H1N1<sup>1</sup>.
- ▶ A continuación se presentan algunos **SÍ y NO en el uso del lenguaje** cuando se habla de la nueva enfermedad por coronavirus (COVID-19):

### Sobre como denominamos al virus : COVID-19

**Sí** hablar sobre la nueva enfermedad por coronavirus (COVID-19).

**No** asociar ubicaciones o etnias a la enfermedad. Este no es un "Virus de Wuhan", "Virus chino" o "Virus asiático".

El **nombre oficial** de la enfermedad fue elegido deliberadamente para evitar la estigmatización: "CO" por Corona, "VI" por virus y "D" por (disease) enfermedad, 19 es porque la enfermedad surgió en 2019.

<sup>1</sup> Guía de terminología de UNAIDS: de "víctima del SIDA" a "personas que viven con el VIH"; de "lucha contra el SIDA" a "respuesta al SIDA".

# A. Las Palabras Importan

## Sobre personas que tienen, están en tratamiento o fallecieron por el COVID-19

### **Sí** hablar sobre:

- *"personas que tienen COVID-19"*
- *"personas que están siendo tratadas por COVID-19"*
- *"personas que se están recuperando de COVID-19"*
- *"personas que murieron después de contraer COVID19"*

### **No** referirse a las personas con la enfermedad como:

- *"casos COVID-19"*
- *"víctimas"*

# A. Las Palabras Importan

## Sobre personas con la posibilidad de tener el COVID-19

### **Sí** hablar sobre:

- *"personas que pueden tener COVID-19"*
- *"personas que se presume tienen COVID-19"*

### **No** hablar sobre:

- *"sospechosos de COVID-19"*
- *"casos sospechosos"*

# A. Las Palabras Importan

## Sobre transmisión del COVID-19

**Sí** hablar acerca de personas que:

- "adquieren COVID-19"
- "han contraído COVID-19"

**No** hablar sobre personas que:

- "transmiten COVID-19"
- "infectan a otros"
- "propagan el virus"

Pues ello implica **la transmisión intencional y asigna culpa.**

El uso de **terminología criminalizante o deshumanizante** crea la impresión de que aquellos con la enfermedad han hecho algo mal o son menos humanos que el resto de nosotros, **alimentando el estigma, reduciendo la empatía** y potencialmente alimentando más la resistencia a buscar tratamiento o asistir a examinación, evaluación y cuarentena.

# A. Las Palabras Importan

## Sobre cómo informar sobre el COVID-19

**Sí** hablar **con precisión** sobre el **riesgo** de COVID-19, basándose en datos científicos y los últimos consejos oficiales de salud.

**No** repetir o compartir rumores no confirmados y **evitar usar lenguaje exagerado** diseñado para generar **miedo** como "peste", "apocalipsis", etc.

**Sí** hablar **positivamente** y **enfaticar la efectividad** de las medidas de prevención y tratamiento. La mayoría de personas puede superar esta enfermedad. Hay pasos simples que podemos seguir para cuidarnos y mantener a nuestros seres queridos y a los más vulnerables a salvo.

**No** enfatizar o detenerse en lo negativo, o mensajes de amenaza. Necesitamos trabajar juntos para ayudar a mantener a salvo a los más vulnerables.

**Sí** enfatizar la **efectividad de adoptar medidas de protección** para prevenir la adquisición del nuevo coronavirus, así como la **detección temprana**, **realización de pruebas**, y **tratamiento**.

## B. Haz tu parte

- ▶ Los gobiernos, la ciudadanía, los medios de comunicación, las personas claves influyentes y las comunidades desempeñan un papel importante para **prevenir y detener el estigma** que rodea a las personas de China y Asia.
- ▶ Necesitamos ser cuidadosos y reflexivos al comunicar en las redes sociales y otras plataformas de comunicación, **mostrando comportamientos de apoyo y solidaridad** en torno a la nueva enfermedad por coronavirus (COVID-19).
- ▶ Presentamos algunos **ejemplos y recomendaciones** de posibles acciones para contrarrestar las actitudes estigmatizantes:

## B. Haz tu parte

# Difundir los hechos

- El estigma puede incrementarse por falta de conocimiento sobre cómo se transmite, trata y previene la nueva enfermedad por COVID-19.
- Se debe priorizar la recopilación, consolidación y difusión de información precisa (según país-región-comunidad) sobre las áreas afectadas, la vulnerabilidad individual y grupal, las opciones de tratamiento y dónde acceder a la atención médica y a la información.
- Usar lenguaje simple y evitar los términos clínicos. Las redes sociales son útiles para llegar a un gran número de personas a un costo relativamente bajo.

## B. Haz tu parte

### Involucrar a personas influyentes

- Tales como líderes religiosos en la reflexión sobre personas que son estigmatizadas y cómo apoyarlos o celebridades respetadas para amplificar los mensajes que reducen el estigma.
- La información debe estar bien dirigida y las celebridades a las que se les pide que comuniquen esta información deben estar comprometidas y ser geográfica y culturalmente apropiadas para la audiencia a la que buscan influir.

## B. Haz tu parte

### Amplifica las voces

- Compartir historias e imágenes de personas locales que han experimentado el nuevo coronavirus (COVID-19) y se han recuperado o han apoyado a un ser querido a lo largo de su recuperación para enfatizar que la mayoría de las personas se recuperan del COVID-19.
- Además, implementar una campaña de "héroe" en honor a cuidadores y trabajadores de la salud que pueden ser estigmatizados.

## B. Haz tu parte

Asegúrese  
de  
retratar  
diferentes  
grupos  
étnicos

- Todos los materiales deben mostrar **comunidades diversas** que han sido impactadas y están trabajando juntas para prevenir la propagación del COVID-19.
- Asegúrese de que la tipografía, los símbolos y los formatos **son neutrales** y no sugieren ningún grupo en particular.

## B. Haz tu parte

### Periodismo ético

- Informes periodísticos que se centran demasiado en el comportamiento individual y en la responsabilidad de los pacientes de tener y "difundir COVID-19" pueden aumentar el estigma.
- Por el contrario, se puede promover contenido sobre prácticas básicas de prevención, síntomas de COVID-19 y cuándo buscar atención médica.

### Enlace

- Hay una serie de iniciativas para abordar el estigma y los estereotipos. Es clave vincular estas actividades para crear un movimiento y un ambiente positivo que muestre cuidado y empatía por todos.

## C. Consejos de comunicación y mensajes

- ▶ Una "infodemia" de desinformación y rumores se está extendiendo más rápidamente que el brote actual de el nuevo coronavirus (COVID-19). Esto **contribuye con efectos negativos**, que incluyen la estigmatización y discriminación de personas de áreas afectadas por el brote. **Necesitamos solidaridad colectiva e información clara y procesable** para apoyar a las comunidades y personas afectadas por este nuevo brote.

## C. Consejos de comunicación y mensajes (1)

**Los conceptos erróneos, los rumores y la información errónea contribuyen al estigma y la discriminación obstaculizando los esfuerzos de respuesta**

- **Corregir conceptos erróneos** y al mismo tiempo reconocer que los sentimientos y comportamiento de las personas son reales, incluso si se basan en información falsa.
- **Promover la importancia de la prevención**, acciones que salvan vidas, detección temprana y tratamiento.

## C. Consejos de comunicación y mensajes (2)

La **solidaridad colectiva** y la **cooperación global** son necesarias para evitar mayor transmisión y aliviar la preocupación de las comunidades

- **Compartir narrativas amables o historias** que humanicen las experiencias y luchas de individuos o grupos afectados por el nuevo coronavirus (COVID-19).
- **Comunicar apoyo y alentar** a aquellos que están en la primera línea de respuesta a este brote (trabajadores de la salud, voluntarios, líderes comunitarios, etc.).

## C. Consejos de comunicación y mensajes (3)

### **Los hechos** y no el miedo podrán detener la propagación del nuevo coronavirus (COVID-19)

- Compartir **datos e información precisa** sobre la enfermedad.
- **Desafiar** los mitos y estereotipos.
- **Elegir las palabras con cuidado.** La forma en que nos comunicamos puede afectar las actitudes de los demás (ver sección **SÍ** y **NO** mencionados antes).

- ▶ <http://departamento.pucp.edu.pe/psicologia/grupo-investigacion/psicologia-comunitaria/>
- ▶ Contacto: [grupo.psicomunitaria@pucp.pe](mailto:grupo.psicomunitaria@pucp.pe)

