

Donación de órganos: campaña del Minsal causa controversia

Contraste. Apoyo y rechazo genera un video de apenas 10 segundos que muestra un gusano. Análisis de los pros y contras del trabajo.

Marcelo González Cabezas

Grande fue la controversia que surgió debido a la divulgación de una campaña comunicacional del Ministerio de Salud que busca incentivar la donación de órganos.

Pero hay que recalcar el hecho de que en tal ámbito sanitario estamos muy al debe, porque son más de dos mil las personas que esperan por un trasplante que les ayude a seguir viviendo y hay escasos donantes.

La campaña en cuestión es un breve video de apenas diez segundos que apareció en las redes sociales del Minsal el domingo 16 de junio. Muestra a un gusano penetrando en la tierra, mientras de fondo hay música instrumental y aparece este texto: "Cientos de órganos y tejidos se pierden en vez de salvar vidas. ¿Ya hablaste con tu familia sobre la donación?".

Como presentación de este teaser (o minitrailer) se lee el siguiente post: "¿Qué sucede con los órganos que no se donan? Algo impactante está por revelarse. Tu decisión de hablar con tu familia sobre la donación podría cambiarlo todo. #DonarEsVida #ComidaParaGusanos".

Un diputado opositor y una diputada oficialista rechazaron esta campaña, calificán-



Muy escasos son los donantes en relación a quienes necesitan ser trasplantados. / AGENCIAUNO

"Este es un trabajo jugadísimo y creativo... Que no cause indiferencia es señal de su éxito".

CLAUDIO LAGOS OLIVERO
 Director Esc. de Publicidad UDP

dola de "lamentable y con un foco totalmente errado" (Andrés Celis, RN, de la Comisión de Salud) y como un spot "feo, desubicado y que genera asco" (Helia Molina, PPD, exministra de Salud y hoy presidenta de la Comisión de Salud).

Incluso la presidenta del Colegio Médico, Anama-

ría Arriagada, manifestó su preocupación al respecto y precisó que la campaña "es impactante y poco empática" hacia quienes han sufrido la pérdida de un ser querido, añadiendo que la estrategia de difusión adoptada por el Minsal es "arriesgada".

Desde otra mirada, hay quienes apoyan la iniciativa.

El director de la Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales, Claudio Lagos Olivero, indicó que "ser publicista significa ser enemigo de lo común. En ese sentido, esta campaña ha buscado una solución que espanta la indiferencia. Las voces disidentes suenan mucho a 'no es la forma', cuando claramente

la corrección en esta materia no viene dando resultado, en virtud de lo que ha pasado con anteriores campañas de donación de órganos".

Según el especialista en publicidad, "el propósito del Minsal es que las cifras de donación mejoren. Tendremos que esperar para ver si la campaña logra revertir la tendencia a la baja. Pero si además se quería generar conversaciones en las redes sociales, el 'check' de esta acción es del tamaño de la Torre Entel".

Claudio Lagos añadió que "una cosa es que los códigos del mensaje no gusten a un porcentaje del público con caja de resonancia, pero este es un trabajo jugadísimo y

CAMILA VALLEJO

"Video es el inicio de la campaña"

Primero fue la subsecretaria de Salud Pública, Andrea Albagli, quien defendió la campaña, indicando que "reconocemos que el spot genera incomodidad, pero eso entrega el beneficio de que instala el tema como una conversación". Y ayer la vocera de Gobierno, Camila Vallejo, explicó que "lo que se ha visto hasta ahora es un teaser, en el marco de una campaña que busca provocar debate y generar conciencia sobre la importancia de la donación de órganos. En las campañas siempre hay gustos y aproximaciones de distinto tipo frente a los contenidos e imágenes que son presentados. El debate, las críticas y las opiniones son bienvenidos, y eso se buscaba con esta campaña, que es más completa, El teaser es el inicio de un camino para tener más donantes en el país".

creativo, que podría tener efectos positivos en la donación en corto y mediano plazos. Que no cause indiferencia es señal de su éxito".

78

Donantes en lo que va de 2024 registran los servicios de salud del país. El año pasado fueron 173, y en 2022 la cifra llegó a 148.