

Combaten desconfianza de minorías en vacunas contra COVID-19

La campaña de vacunación contra el COVID-19 ensaya nuevas fórmulas para superar la desconfianza de las minorías

CORONAVIRUS MITOS MINORIAS
(AP)

En un suburbio de Washington, barberos hispanos y afroestadounidenses desmienten mitos acerca de la vacuna contra el coronavirus mientras cortan cabellos.

En todo el país, un investigador universitario de [Phoenix](#) se asoció con una compañía que produce historietas que combaten el extremismo islámico para generar dibujos animados en español con música bailable que buscan desvirtuar las teorías conspirativas que afectan la inmunización de los hispanos.

Y en [San Diego](#) exrefugiados y activistas hispanos y afroestadounidenses contratados inicialmente para rastrear los contactos de la gente como parte de la campaña para combatir el COVID-19 están llamando nuevamente a esas personas para hablarles de las vacunas.

Ha surgido una nueva ola de avisos sobre salud pública multilingües, que toman en cuenta el sentir de las distintas comunidades, entretenidos y personales, que reemplazan los anuncios públicos típicos de la televisión, la radio y las redes sociales, en un esfuerzo por contrarrestar la desinformación acerca de las vacunas que circula entre las minorías.

“Vista la forma en que se propaga la desinformación en las redes sociales, el típico anuncio seco no sirve para contrarrestarla”, afirmó Mustafá Hasnain, cofundador de Creative Frontiers (Fronteras Creativas), que publica historietas que denuncian el extremismo islámico.

Los innovadores avisos son producto de la necesidad: El virus afecta en forma desproporcionada a hispanos y afroestadounidenses, pero las tasas de vacunación de esas comunidades son la mitad que las de los blancos.

El gobierno de [Joe Biden](#) lanzó este mes una campaña publicitaria dirigida a las comunidades donde hay resistencia a las vacunas y solicitó a 275 organizaciones que hagan correr la voz acerca de la efectividad y la seguridad de las vacunas. Hay un aviso en español y otro orientado a los afroestadounidenses, narrado por el historiador de origen africano Henry Louis Gates Jr.

Es común escuchar los rumores de que las vacunas causan infertilidad o que inyectan chips del gobierno en las comunidades hispanas y afroestadounidenses, acostumbradas a batallar contra el racismo del sistema de salud, que ha minado su confianza en el mismo.

“Veo muchas similitudes en la radicalización violenta de la gente y la ola de desinformación en torno a la pandemia y las vacunas”, expresó Hasnain. “Se parece al proceso de radicalización, hay una caja de resonancia en la que se predica la desconfianza en las figuras con autoridad”.

A esta desconfianza se suman las dudas en torno a la vacuna de Johnson & Johnson, que requiere una sola dosis. El gobierno estadounidense suspendió esa vacuna hasta que se investiguen versiones de que produce coágulos sanguíneos inusuales pero severos.

Ya se han dado millones de dosis de la vacuna J&J en [Estados Unidos](#) la gran mayoría sin consecuencias, o con reacciones menores. Pero los cuestionamientos derivados de seis casos de coágulos pueden complicar los esfuerzos para convencer a la gente con dudas.

La empresa de Hasnain lanzará el martes un nuevo dibujo animado dirigido a los hispanos. Fue producido con la ayuda de Gilberto López, profesor e investigador de la Universidad Estatal de Arizona. López dice que los hispanos jóvenes son particularmente reticentes a vacunarse.

La nueva entrega emplea ritmos de hip-hop e incluye al tío sabelotodo Rigo, quien dispara versiones sin fundamento, las cuales son rebatidas por una doctora afable.

“La pandemia nos mostró que hay posibilidades de reformular el enfoque del cuidado médico en nuestras comunidades”, declaró el doctor Stephen B. Thomas, director del [Maryland](#) Center for Health Equity de la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Maryland.

Thomas trabaja con barberos y salones de belleza hispanos y afroestadounidenses en los que se habla acerca de la seguridad de las vacunas.

“Las barberías y los salones de belleza de los afroestadounidenses pueden ser sitios donde se promueven las teorías conspirativas o donde se ofrece información avalada por la ciencia”, dijo Thomas, quien en el pasado lanzó una iniciativa para educar a la gente acerca de enfermedades crónicas como la diabetes.

En la peluquería Shop Hair Spa de Hyattsville, Maryland, en las afueras de Washington, una colorida caja junto a los precios de los cortes pregunta: “¿Qué inquietud tienes acerca de la salud?”. En una pared roja hay información sobre el COVID-19.

El barbero Wallace Wilson dijo que comprende la desconfianza de la gente en torno a las vacunas.

“Yo también tengo mis dudas por el simple hecho de que son un varón afroestadounidense. Cuando analizas la historia, ves que nos usaron de conejillos de Indias”, manifestó.

Aludía a un estudio de hace 40 años del gobierno en el que se analizó a hombres afroestadounidenses con sífilis sin darles tratamiento para que los científicos pudiesen observar los efectos de la enfermedad con el correr del tiempo.

Clientes como James McRae comparten su escepticismo. Pero Wilson le dijo a McRae que esta vez las cosas son diferentes porque no es solo el gobierno estadounidense el que vacuna a la gente. Todo el mundo lo hace y cada persona tiene que aportar su granito de arena.

“Quiero que todo el mundo esté a salvo”, expresó Wilson mientras maniobraba cuidadosamente una afeitadora por la cabeza de McRae, evitando las tiras del barbijo que llevaba su cliente.

McRae estuvo de acuerdo, aunque dijo que dejaba todo en manos de Dios.

Expertos dicen que mucha gente descartará definitivamente la vacuna si le cuesta conseguirla. Wilson dice que está en una lista de espera desde hace más de un mes.

El doctor Fermin Leguen, director del Southern Nevada Health District de Las Vegas, está consciente de la importancia de las palabras. Un organismo empleó un traductor automático para una consigna y terminó diciendo en un cartel “Enmascarar. Apoyo. Lavarse”. La traducción correcta era “Use barbijo. Mantenga distancia. Lávese”.

Leguen, quien nació en Cuba, mantiene encuentros con medios en español después de sus reportes semanales para ofrecer mejor información a la gente.

En San Diego, Ana Castro fue una de las rastreadoras de contactos contratadas para trabajar con los inmigrantes, los refugiados y las minorías raciales que pudo haber estado expuesta al COVID-19.

Castro dice que estaba al tanto de las dificultades de las personas que llamaba. Cuidaba a su madre, una mexicana postrada en una cama por el virus.

Ahora ella y los demás llaman de nuevo a unas 10.000 personas para hablarles de la vacuna y conseguirles turno para vacunarse.

“Puedes conversar, que es algo que no sucede con los carteles”, dijo Corinne McDaniels-Davidson, directora del Instituto de Salud Pública de la Universidad Estatal de San Diego, que creó el programa con el departamento de salud del condado. “La gente necesita sentir que tiene dudas razonables, que son resueltas por gente de su cultura, en su idioma”.

Una de las primeras personas a las que llamó fue un hombre que resultó que había fallecido por el COVID-19. Castro habló con la esposa del individuo, de 81 años, durante media hora, en la que la anciana le contó historias de su marido.

“No llamo solo para que la gente se vacune”, manifestó Castro. “También trato de velar por su bienestar físico y emocional”.

Expertos en el cuidado de la salud esperan que personal que inspira confianza logrará que más gente se vacune.

Bertha Morales tenía sus dudas a pesar de que trabajaba en una clínica de Phoenix. Sus parientes insistían en que la vacuna le insertaría un chip o que la enfermaría y le causaría la muerte.

Hasta que su empresa ofreció una conferencia virtual en español que despejó todas sus dudas. Ya recibió las dos dosis.

“Creo que lo que me hizo cambiar fue que quería ver a mi abuela, pero no quería contagiarla”, dijo Morales. “Había pasado tanto tiempo...”.

Snow informó desde Phoenix. El periodista de la Associated Press Julio Cortez colaboró en este despacho desde Baltimore.