

RECOMENDACIONES PARA EL ACOMPAÑAMIENTO TELEFÓNICO A CLIENTES EN VIVIENDAS DURANTE EL CONFINAMIENTO EN LA PANDEMIA DEL COVID-19

La asistencia telefónica es una herramienta ampliamente utilizada en el acompañamiento de personas. Las tecnologías pueden utilizarse como complemento a servicios presenciales, pero también como servicio independiente. Es especialmente útil con personas con depresión y que padecen angustia o cuando existen dificultades en acceso al encuentro con clientes.

En el contexto del confinamiento en el Estado de alarma declarado por el COVID-19 podemos emplear la llamada telefónica y la tecnología para dar el mejor acompañamiento posible a la clientela. Están son algunas recomendaciones:

- **La llamada es la visita.** Lo más importante en cualquier comunicación es la calidad de la relación entre las personas. Habrá que hacer un esfuerzo por trasladar empatía y cuidado por teléfono. Al ser una situación novedosa y difícil para todos, compartir la propia experiencia de cómo lo estamos viviendo, pequeñas anécdotas, etc. Aumentará la empatía y las probabilidades de que el cliente se abra a compartir su propia experiencia.
- Dedicar tiempo en la llamada para hacer mediante ella la “visita”. Explora cómo está gestionando la persona la ansiedad que le pueda generar la pandemia y el confinamiento. Mantén una conversación real más allá de los planes de contingencia operativos del servicio.
- Ten en cuenta que, si las personas suelen recibir con alegría la visita, recibirán igual la llamada; pero si no suelen recibir la visita con alegría, tampoco recibirán con alegría la llamada.
- Por tanto, hablamos de llamadas que sustituyen a la visita y no meramente de una llamada de seguimiento. Haz que la llamada dure el tiempo suficiente.
- Programar la siguiente llamada e intensificar el número de llamadas e interacciones con tu cliente.
- **Contexto de la comunicación.** Dedicar tiempo a explicar las razones del cambio en la forma de atención, tanto por teléfono como por escrito. Usa esta oportunidad para educar a los clientes sobre cómo pueden cuidarse a sí mismos durante la pandemia. Insiste en la necesidad de quedarse en casa. Si el cliente tiene que salir, explica cómo minimizar el riesgo de contagio en la comunidad y los motivos por lo que podría salir.
- Comparte información contrastada sobre la prevención del contagio y pregunta para verificar en qué grado tienen clara la información transmitida o se ve imbuido por fake news. Sugiere que evite estar todo el tiempo conectado a redes sociales o a la televisión viendo constantemente noticias sobre el coronavirus.

- Busca oportunidades para difundir historias e imágenes positivas de personas del entorno que han padecido COVID-19 y se han recuperado, o la de aquellos que han ayudado a un ser querido a lo largo de la recuperación y desean compartir sus experiencias. El entorno actual también ofrece historias inspiradoras y de superación.
- **Canal.** Encuentra y acuerda el modo de comunicación preferido de cada cliente. En principio será vía telefónica, pero investiga si prefieren (y disponen) de whatsapp, o Skype. Hay personas que prefieren mensajes de texto o audios de whatsapp, que además ofrecen más contexto y se prestan menos a malinterpretaciones.
- Si durante la conexión telefónica o de Skype va a haber más personas en la habitación, acordadlo primero y en todo caso es mejor buscar espacios y momentos de privacidad.
- **Rutina.** Planificad las llamadas con los clientes. Cuando las personas pierden el control, cualquier sensación de control y rutina ofrece consistencia y alivia la ansiedad.
- Invita a hacer una planificación del día si ello es posible, con periodos de tiempo definidos. Recomienda estructurar el día con diversas actividades.
- Termina siempre acordando una nueva llamada. Llama a la hora acordada.
- **Presencia.** Al mismo tiempo enviad mensajes en horarios no habituales (por la tarde, a primera hora de la mañana...), preguntando como se encuentran, deseando buenos días o buenas noches, compartiendo una cita, una canción que le guste...Se trata de hacernos presentes y aumentar la presencia en la vida de los clientes ahora que más tenemos que combatir el aislamiento social.
- **Exploración de necesidades.** Hablad sobre la comida, medicación o productos de higiene. Qué necesitan, si tienen suficientes productos, etc.
- Dispón el tiempo suficiente para identificar cualquier necesidad. Puedes generar un guion a modo de entrevista semiestructurada que te permita realizar un seguimiento de una serie de parámetros que te pueden poner en aviso sobre el estado emocional del cliente:
 - a. Horarios (de sueño, comida...)
 - b. Actividades realizadas (limpieza, ocio, platos cocinados...)
 - c. Relaciones sociales realizadas (llamadas realizadas, recibidas, interacciones.)
 - d. Estado de ánimo (velocidad del habla, uso de absolutismo, ubicación temporal del discurso, elaboración de planes...)
 - e. Patrón de consumo de sustancias.
 - f. Cantidad de alimento, medicación...

g. Estado de confort, estado de la vivienda, interacciones con vecinos...

Muéstrate flexible en la cantidad económica a ofrecer para minimizar las veces que el cliente tenga que salir a comprar, pueda acceder a mayor variedad de alimentos...

- **Conexión con otros.** Puede ser una buena oportunidad para invitar a que intensifiquen o inicien comunicación con seres queridos, amigos, familiares. Los estados de aislamiento acentúan la necesidad de conexión y contacto.
- Seguramente estamos en un momento en el que podemos cuidar e interesarnos más por el otro. Puedes preguntar o sugerir por ello y realizar seguimiento de la evolución de dicha relación con esas personas cercanas al cliente.
- **La normalidad en lo excepcionalidad.** Es normal tener sentimientos de soledad, tristeza confusión o miedo. Lo más importante es expresar lo que uno siente y apoyarse en el equipo, familiares, amigos para ello.
- La llamada puede servir para que el cliente pueda identificar pensamientos que puedan generarte malestar. Pensar constantemente en la enfermedad puede hacer que aparezcan o se acentúen síntomas que incrementen su malestar emocional. Una vez identificadas (se pueden escribir) simplemente aceptarlas y compartirlas. La escucha es la primera herramienta terapéutica.
- **Preguntas abiertas.** No se trata solamente de asegurarnos que se encuentran bien. Formula preguntas abiertas en las que puedan explicar lo que hacen, sus temores, anécdotas, películas que hayan visto, libros que estén leyendo, informaciones que les hayan llegado...Establecer un diálogo telefónico puede llegar a ser más íntimo que una visita cotidiana.
- **Conexión con un@ mismo@:** Pasar tanto tiempo en casa puede ser una oportunidad para realizar propósitos. Leer un libro, completar tablas de ejercicio físico, cocinar nuevos platos, dibujar...Invita a tu cliente a que busque espacios donde reencontrarse consigo mism@ en actividades en la que la mente pueda fluir.
- Promover con sensibilidad una actitud de aceptación de la situación y animar a estar en el presente, aceptando cualquier sentimiento o sensación sin luchar contra ella, volviendo de nuevo con amabilidad a estar en el momento. En eso se resume la actitud de Mindfulness o Atención Plena.
- Conversar si es adecuado en cada caso reconociendo el sufrimiento que se está atravesando, sobre posibles aprendizajes que este periodo de tiempo no deseado haya podido traer a la vida de la persona.
- Escribir puede ser beneficioso para algunas personas, así como ejercicios de regulación emocional y relajación. Puedes recomendar ejercicios físico-

suaves. Invitar a hacer estiramientos de yoga (u otros que conozca la persona o puedas conocer tú)

- **Cotidianidad:** Propicia que puedan llevar una vida saludable. Que hagan algún pequeño ejercicio, regule el consumo de drogas (que se incrementan por aburrimiento), comida saludable, que aprovechen para limpiar, redecorar la casa... Si tienen perro que aprovechen la salida para pasear y estirar las piernas siguiendo las recomendaciones.

ACTUACIONES

Este contexto también podemos vivirlo como una oportunidad para llevar a cabo nuevas actuaciones. Estas son algunas que pueden ayudarte en los próximos días.

- **Grupos de apoyo.** Este contexto nos ofrece la oportunidad para generar apoyos entre clientes, aunque sea de forma virtual. Preguntad si les gustaría abrir un grupo de whatsapp con otros clientes de su misma ciudad o con otros grupos sin que el número de participantes sea muy elevado. Si el grupo es muy grande los más cohibidos no participarán. En este grupo los clientes pueden compartir inquietudes, darse apoyo unos a otros y también puedes ser un lugar donde compartir recursos de entretenimiento (videos, textos...).
- Pueden grabarse videos mostrando sus casas, sus aficiones.... También es una forma de que tu puedas enviar mensajes comunes a todos tus clientes en un espacio tipo foro y combatir las fake news, compartir textos inspiradores, canciones, establecer debates sobre dichos textos, debates sobre películas que ofrezcan en televisión o con acceso gratuito a internet...
- Pregunta quien quiere estar en el grupo y servir de apoyo a otros. Es más fácil sentirse útil en un grupo que meramente como receptor de ayuda.
- Puedes crear espacios cada mañana en un horario determinado para establecer diálogos compartidos, independientemente de que luego cada uno pueda chatear cuando quiera, pero de esta forma generas hábitos de encuentro.
- Puedes generar concursos de selfies, videos de recetas, concurso de decoración de casas, concurso de fotografías “desde tu ventana”, compartir relatos escritos, generar webinars para meditar juntos...
- **Identificación de fortalezas.** Nuestra clientela está formada por supervivientes. La experiencia en el afrontamiento de catástrofes o situaciones traumáticas como vivir en la calle ofrece una experiencia valiosa para afrontar ahora esto.
- Puedes preguntar a tus clientes cómo se han enfrentado a situaciones de estrés en el pasado, que han aprendido y como ahora están utilizando o

pueden utilizar dicho conocimiento. Pregúntales como expertos en supervivencia. Utilizar las estrategias que ha empleado en el pasado para manejar etapas de mayor estrés pueden serle útiles. Las estrategias para manejar el estrés son similares, aunque el escenario sea diferente. Dichas estrategias también pueden ser compartidas en el grupo de WhatsApp.

- **Conexión con servicios de salud mental y otros recursos de emergencia.** Los clientes, especialmente aquellos con mayor aislamiento y con deterioro cognitivo, enfermedad mental pueden encontrarse más ansiosos, irritables, estresados, agitados y retraídos durante este periodo.
- Averigua los teléfonos de servicios de emergencia en salud mental de la comunidad. Asegúrate que el cliente dispone de ellos. Repasa que también que todos cuentan con teléfonos de emergencia médica, teléfono de información sobre el coronavirus, policía, etc.
- **Identificación de clientes sensibles.** O bien a través de las llamadas telefónicas o bien desde el conocimiento que tengas de los clientes posiblemente puedes identificar una serie de clientes que claramente van a acusar más el aislamiento o se encuentran en situaciones más delicadas.
 - a. Personas sin teléfono y/o con mayor aislamiento social
 - b. Personas con picos de consumo o adicciones
 - c. Personas con idealización suicida y estados naturales depresivos.
 - d. Personas con mayor descompensación emocional (enfermedad mental no estabilizada)
 - e. Mujeres que sufran violencia machista.
 - f. Personas aquejadas de enfermedades graves.

Será necesario que con estas personas explores con mayor detalle y profundidad como se sienten y el acompañamiento tendrá que ser más cercano e intenso. Además, necesitará acompañamientos más personalizados, por ejemplo con los enfermos asegurar que su estado de salud no empeora o prevenir la disponibilidad de medicamentos y citas médicas. Esto te ayudará a concentrar tiempos y recursos con estos clientes, así como establecer en las reuniones de seguimiento y con tu coordinación estrategias específicas para dichos clientes.

Tenemos que estar especialmente atentos al aumento de comentarios negativos sobre un@ mism@ o sobre su vida y especialmente sobre su futuro en las personas depresivas. Si aparecen señalarlos y comunicarlos a la coordinación y aplicar el procedimiento para la identificación de idealización suicida.

GENERACIÓN DE RECURSOS Y DESAFIOS

El acompañamiento social requiere de mostrar desafíos a quienes acompañamos para no caer en la desidia. Pueden ser acertijos, juegos de móvil, problemas de ajedrez, crucigramas, sudokus, sopa de letras...o actividades nuevas como ejercicios físicos estáticos, nuevas recetas de cocina, aprender un idioma, llevar un diario... Los clientes que tienen internet pueden acceder a plataformas gratuitas de entretenimiento o de generación de bienestar y relax:

- a. **Aplicaciones de mindfulness:** <http://remvolveracasa.com/>
- b. **Audios para la calma y la compasión:** <https://cultivarlamente.com/practicas-guiadas-cft/>
- c. **Revistas de acceso gratuito online:** <http://www.hearst.es/sala-de-prensa/hearst-espana-ofrece-acceso-gratuito-a-sus-revistas>
- d. **Películas.** Si el cliente es socio de biblioteca tiene la posibilidad de acceder al catálogo de efilm. Cada comunidad tiene su propio catálogo: <https://efilm.online/> o bien acceder de forma gratuita a cine clásico como: <https://www.classicofilm.com/>

También youtube ha colgado 100 películas gratuitas:

https://www.youtube.com/playlist?list=PLNq2eaZvd5PsY9bF9QTeJ30IRscWVT_4c

- e. **Museos virtuales** a través de distintas plataformas como: <https://sincopyright.com/museos-virtuales>

O bien directamente en cada uno de los museos

Pinacoteca di Brera - Milano <https://pinacotecabrera.org/>

Galleria degli Uffizi - Firenze <https://www.uffizi.it/mostre-virtuali>

Musei Vaticani - Roma

<http://www.museivaticani.va/content/museivaticani/it/collezioni/catalogo-online.html>

Museo Archeologico - Atene <https://www.namuseum.gr/en/collections/>

Prado - Madrid <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-works>

Louvre - Parigi <https://www.louvre.fr/en/visites-en-ligne>

British Museum - Londra <https://www.britishmuseum.org/collection>

Metropolitan Museum - New York <https://artsandculture.google.com/explore>

Hermitage - San Pietroburgo <https://bit.ly/3cJHdnj>

National Gallery of art - Washington <https://www.nga.gov/index.html>

- f. **Juegos para móvil** que generen conexión e interrelación como juegos de ajedrez (chess.com) que cuenta con chat privado y en el que organizar campeonatos entre los propios clientes o aplicaciones similares.
- g. **Experiencias compartidas.** A través de [Blogger](https://www.blogger.com) o plataformas similares o directamente con el grupo whatsapp se pueden generar relatos de la vivencia de un grupo de personas sin hogar confinadas en sus nuevos hogares. Puede ser una forma de generar testimonios compartidos.