Textos completos
Fulltext

Guía general para una campaña de información pública sobre el Cólera

Washington, D.C. 1991

Para quien esta guía

Esta Guía está dirigida a instituciones y dependencias gubernamentales, a organismos no gubernamentales y a entidades privadas voluntarias, capaces de realizar actividades de difusión de información para prevención y, o, control del cólera.

En particular, está dirigida a comités coordinadores de cólera nacionales, regionales o locales, y al personal de esas organizaciones que tienen responsabilidad en una campaña de información.

Para que esta guía

Esta Guía se ha diseñado para ayudar a difundir información pública destinada a prevenir y, o, controlar el cólera en cada país.

Como usar esta guía

Esta guía fue diseñada para organismos que están iniciando campañas y continue recomendaciones sobre cómo proceder.

También sirve a los que hayan comenzado a planear o realizar campañas de difusión, quienes puede encontrar sugerencias que les permitan revisar o ajustar lo avanzado, de modo que se busque la mayor efectividad de la campaña.

Difusión de información sobre el cólera

Como garantizar su efectividad de cualquier campaña de difusión de información sobre el cólera, se puede obtener bajo tres condiciones mínimas:

1. Cuando cualquier campaña de difusión, ya sea de cobertura nacional, o de cobertura parcial, se inscribe dentro de una campaña nacional de acciones más amplias para prevenir y controlar el cólera.
2. Cuando el organismo, dependencia o entidad que decide hacer difusión, dispone o identifica un rol definido para su campaña, tomando en cuenta los roles de difusión que juegan los otros organismos, dependencias o entidades que realicen campañas. (Las distinciones o especificidades de rol pueden basarse, por ejemplo: por tipos de mensajes; por tipos de población a cubrir; por tipo de medios; u otros.).
3. Cuando cada uno de los organismos, dependencias o entidades que participan, asumen aquellas tareas para las cuales cuenta con mayor capacidad y experiencia. ! La Improvisación no ayuda !

Una campaña ideal

Una campaña ideal de difusión de información sobre el cólera, es aquella que garantiza la más alta efectividad. Para lograrla, deben darse las condiciones ya indicadas, con especial énfasis en algunos

factores:

1. Cuando hay una orentación nacional coordinada para la difusión de información.
2. Cuando la institución, dependencia o entidad que hace difusión forma parte de un grupo nacional de coordinación para la difusión de información.
3. Cuando la institución, dependencia, o entidad que hace difusión conoce las formas de acción global para la prevención y control de la enfermedad.
4. Cuando cada institución, dependencia o entidad tiene y conoce su papel dentro del conjunto de acciones nacionales de difusión.
5. Cuando la institución, dependencia o entidad que hará difusión incorpora en la planeación e implementación de la campaña, a miembros-líderes de los sectores de población que serán destinatatios de la información.
6. Cuando la institución, dependencia o entidad que hace difusión hace saber, a las otras, lo que hará, lo que hace, y el por qué.
7. Cuando la Institución, dependencia e entidad que hará difusion puede asegurar calidad y efectividad en el espacio que cubrirá.
8. Cuando cada institución, dependencia o entidad que hace difusión pone siempre como objetivo de sus decisiones y coordinación, el interés de la población que necesita ser informada sobre prevencón y control de la enfermedad.

La campaña posible

El diseño e implementación de la campaña requiere la conformación de un pequeño grupo, o comité, responsable de tres fases ad-hoc para la campaña de difusión.

1. Fase de Planificación y Organización de la Campaña
2. Fase de Preparación de actividades y materiales, y para el uso de medios.
3. Fase de Implementación de la Campaña, Supervisión y Evaluación Permanente.

El grupo o comité debe incluir, como mínimo:

a) A un profesional de la salud que conoce y maneja la etiología, patología y tratamiento del cólera;

b) A un especialista en las condiciones de vida y distribución de la población (o poblaciones) a las que se asocia la
naturaleza y experiencia de la Institución, dependencia o entidad que hará la campaña.

c) a un profesional de comunicación o técnico con experiencia en diseño, selección y uso de actividades, materiales y
medios de educación o comunicación.

A las instituciones, dependencias o entidades que hayan iniciado alguna de las fases de una campaña, se les recomienda realizar un esfuerzo progresivo de revisión de sus procedimientos, a la luz de las sugerencias de esta Guía.

Aún cuando se haya comenzado una campaña, la efectividad de ella dependerá de los factores ya indicados.

Planificación y organización

¿A quiénes dirigir la campaña?

Debe determinarse a quiénes estará dirigida la campaña específica de difusión que realizará o patrocinará la Institución, dependencia o entidad. (Si se trata de un organismo que cubre a toda la población, deben diferenciarse los distintos sectores de ella que hacen necesario consideraciones específicas.

A modo de orientación se puede indicar que hay dos clases generales de grupos, relevantes y prioritarios para una campaña de difusión de información sobre el cólera: la población en general, y el personal de servicios.

Esta Guía se concentra en la población en general.

Se sugiere considerar los siguientes subgrupos específicos, sin perjuicio de otros que la situación del país haya necesario desagregar.

Se puede distinguir entre:	Población Urbana	Población Urbano-Marginal	Población Rural

Para cada uno de los anteriores, se debe considerar entre:

- familias (en comunidades)
- madres/padres
- escolares
- maestros
- productores de alimentos agrícola
- pescadores
- grupos consulta externa servicios de salud
- vendedores, callejeros de alimentos
- personal servicios de restaurantes, cafeterías, etc.

La selección de población destinataria debe permitir la mejor decisión sobre: el área de información a ofrecer; las modalidades para difundir; los medios a utilizar.

De esta manera, la insitución, dependencia o entidad puede ser más efectiva, de acuerdo a su experiencia, capacidad real y recursos.

Planificación y organización

¿Para qué realizar la Campaña?

Hay dos aspectos generales, no excluyentes, sobre las cuales se puede centrar la campaña específica de difución de información:

Mejorar la Prevención	Mejorar el Control
La difusión se orienta a evitar o reducir número de casos	La difusión se orienta a evitar los casos el fatales, logrando la recuperación de los enfermos

Si se trata de una campaña que cubre ambos objetivos, deben diferenciarse con claridad las actividades para cada uno de ellos, aún cuando se repitan modalidades y uso de medios para la difusión.

Es recomendable que la selección de uno de estos objetivos sea hecha de acuerdo a la experiencia, capacidad y recursos de la institución, dependencia o entidad, y luego concentrarse en ello.

Para cualquiera de los objetivos, las modalidades que pueden adoptar la campaña de difución son tres:

Compulsiva	Orientadora	Educativa
La información indica lo que se debe hacer y no hacer	La información propone ciertos casos e induce a considerar lo que se puede hacer	La información se une a que otras actividades o experiencias que conducen a asimilaciones más permanentes y complejas

Durante una epidemia, como la del cólera, es recomendable concentrarse en las modalidades compulsivas y, u orientadora. Debe estar claro que si se inicia una modalidad educativa, durane la emergencia, su efectividad rendirá tributos en una perspectiva de mayores alcances y plazo hacia el futuro.

No obstante, la modalidad compulsiva y la orientadora pueden aplicarse en espacios en que lo educativo, como forma, es connatural con quienes realizan la campaña.

Una permanente intercomunicación con otros organismos que difunden, ayuda a mejorar la coordinación y efectividad de los objetivos.

Planificación y organización

Una vez definida la población destinataria, y establecido el para qué (prevención y, o, control), y tomando en cuenta las orientaciones globales de la campaña nacional, debe precisarse la información a difundir.

La intercomunicación con los otros organismos, sobre este aspecto, también es fundamental:

a) para estandarizar los mensajes,

b) para coordinar la intensidad y volumen de información, según destinatarios;

c) para coordinar el uso de materiales y medios

La información disponible puede provenir del conocimiento científico y, o, de experiencias comunitarias exitosas. Según cual sea la población destinataria, el objetivo (prevención o control), y la modalidad (compulsiva u orientadora), debe valorarse equilibradamente la inclusión de información basada en las propias condiciones y experiencias de comunidades que son destinatarias.

A continuación se exponen los principales temas que pueden orientar la selección de información más precisa a elaborar; se exponen según objetivo y modalidad. Debe considerarse que la forma de presentación deberá tomar en cuenta la población destinataria.

Objetivo: Prevención	Modalidad: Compulsiva
Aspectos de Información	• sobre preparación de alimentos • sobre consumo de alimentos • sobre higiene en el hogar • sobre manejo de aguas • sobre higiene con lactantes • sobre higiene con enfermos

Objetivo:
Prevención

Modalidad:
Orientadora

Aspectos de información

- sobre riesgos en preparación alimentos (hervir, rehervir)
- sobre riesgos en consumo alimentos (callejeros, otros)
- sobre qué hacer con enfermos en el hogar o comunidad
- sobre qué hacer con niños enfermos
- sobre como rehidratar (SRO)
- sobre los fallecidos por el cólera

Objetivo:
Control

Modalidad:
Orientadora

Aspectos de información

- sobre los síntomas del cólera
- sobre formas de contagio/riesgos
- sobre vigilancia comunitaria
- sobre focos de infección
- sobre tratamientos caseros
- sobre lugares de atención

Todos éstos son aspectos-marco, respecto de los cuales es necesario precisar la información para la población destinataria.

Aunque no es materia de esta Guía, se enfatiza que éstos y otros aspectos de información también requieren difusión hacia el personal de ciertos servicios. En este caso, su desarrollo debe adoptar; forma diferente, profundidad mayor, materiales, recursos y actividades distintas.

Información precisa sobre estos aspectos puede obtenerse en el Ministerio, y en las oficinas de la representación de la OPS/OMS en el país.

Planificación y organización

¿Cuáles recursos y planes se necesitan para la Campaña?

Aquí, se trata de que la institución, dependencia o entidad que hace difusión, organice, o ajuste los planes de la campaña.

1. Un plan de actividades de difusión

2. Un plan de materiales para difundir

3. Un plan de uso de medios de difusión colectiva

4. Un plan de supervisión y evaluación

La intercomunicación y coordinación posible con los otros organismos que difunden, es esencial para la efectividad de cualquier campaña. La amplitud de los planes varía, según se trate de un Ministerio, una dependencia o una entidad específica.

A continuación se expone una clasificación de las principales opciones de: actividades; materiales; y medios de difusión colectivos. Su selección depende del tipo de población destinataria, del objetivo (prevención; control). de la modalidad (compulsiva; orientadora), y de la naturaleza, capacidad y recursos de la institución, dependencia o entidad que hace la difusión.

La lista sugerida para consideración no es exhaustiva; pueden incluirse otros recursos que la institución, dependencia o entidad crea conveniente.

1. Actividades (opciones)

a) charlas formales (escuelas; salas, centros; fábricas; hospitales; clínicas; otros)
b) charlas informales (mercados públicos; comunidades; otros)
c) Mesas redondas/paneles (salas; teatros; estaciones de radio; televisión)

2. Materiales (opciones)

a)Folletos gratificados
b) Afiches
c) Artículos
d) Boletines
e) Videocintas
f) Sonovisos

El plan debe prever los lugares y formas de distribución en zonas urbanas y formas de distribución en zonas urbanas y rurales. Algunos son:

-mercados públicos
-hospitales y clínicas
-empresas
-organismos públicos
-clínicas privadas

3. Medios comunicación colectiva (opciones)

a) Radioemisoras (urbanas, rurales)
b) Periódicos (nacionales, regionales, locales)
c) Televisión (programa de noticias, cuñas, entrevistas, etc.)

4. El plan de supervisión y evaluación

Én este plan deben preverse actividades para vigilar la implementación de las acciones de los planes anteriores.

Pueden definirse modos para verificar el cumplimiento de algunas o todas las acciones planeadas. Fechas, lugares, horarios de medios, participantes.
Si se dispone de información necesaria, pueda evaluarse la efectividad de la campaña, comparando los datos sobre expectativas de magnitud de casos, con los reales.

Preparación de la campaña

La preparación de la campaña involucre la realización de todas las tareas para disponer lo necesario para la difusión de información.

Tales tareas incluyen:

1. Precisar el plan de actividades gestionando y asegurando la asistencia de participantes, las fechas, los horarios, los lugares, y la promoción entre los destinatarios.

2. Elaborar o encargar la elaboración de los materiales impresos y audiovisuales previstos. El algunos casos, no será necesario producirlos, sino solo reproducir o copiar, ya que pueden estar disponibles en otras instituciones o entidades (entre ellas Ministerio de Salud y Representación de OPS/OMS en el país.

3. Gestionar con los medios de comunicación colectiva (radio, televisión, periódicos) la disponibilidad de espacios, frecuencia, horarios. Para facilitar las decisiones de colaboración de tales medios, es útil informar a ellos, verbalmente y por escrito, sobre para quiénes es la campaña y qué objetivo específico se espera obtener.

4. Mantener y estrechar la intercomunicación y coordinación con los otros organismos que hacen difusión, informando y recibiendo información sobre la evolución de la campaña.

Actualizado: 05/13/2002 15:06:02

Comentarios al *Webmaster*

[Homepage CEPIS]