

ANEXO 7. CAMPAÑA DE PREVENCIÓN CONTRA HANTAVIRUS EN CHILE: DURANTE BROTES Y EN SITUACIONES CORRIENTES

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN PARA SITUACIONES CORRIENTES

En 1995 se identificó el primer caso de SPH en la Región X de Chile, en una aldea cercana a El Bolsón, Argentina. Ante la cercanía de casos de SPH en la Argentina, se emprendió en el sur de Chile una campaña de información. Todos los servicios de salud en la región meridional emprendieron una campaña que cubría sus propias necesidades regionales, y que incluyó sobre todo la elaboración de carteles y folletos.

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DURANTE BROTES

En 1997 se produjo en Aysén, Región XI de Chile, un brote de SPH que provocó pánico en la población. En respuesta, el Ministerio de Salud planteó una estrategia de información y comunicación nacional.

Los objetivos de la estrategia mencionada fueron contar con técnicas de prevención culturalmente apropiadas para la población rural, calmar y proteger a las poblaciones urbana y rural, y educar al personal de salud.

Se emprendieron varias acciones: la difusión de informes diarios de la situación epidemiológica, a través de los medios masivos de comunicación, el establecimiento de una relación entre la Comisión Nacional sobre Hantavirus y la prensa, la distribución de materiales educativos en escuelas, terminales de autobuses y otros sitios públicos, la celebración de una conferencia científica para periodistas con la participación de epidemiólogos, virólogos y especialistas en roedores, la organización de un “día radiofónico de hantavirus” con comunicación establecida entre especialistas y la población, la emisión televisiva de programas especiales sobre hantavirus y, por último, el diseño y puesta en práctica de una Campaña Nacional de Prevención de Hantavirus.

La Campaña Nacional de Prevención de Hantavirus se dividió en dos fases: prevención general y prevención en el verano.

En la primera etapa los objetivos generales incluyeron disminuir y evitar la infección por hantavirus en el país y promover hábitos de higiene domésticos especialmente en las zonas rurales. Los objetivos específicos incluyeron estimular la adopción de medidas de prevención en la población e informarle sobre los mecanismos de transmisión y características del virus para aplacar sus temores.

La cobertura de los medios de comunicación y el apoyo con materiales fueron extensos y abarcaron:

- Radio: dos mensajes (rural, urbano) durante cuatro semanas, en septiembre y octubre.
- Televisión: dos anuncios comerciales (rural, urbano) durante cuatro semanas, en septiembre y octubre.
- Carteles: dos tipos (uno para las zonas rurales y otro para las semiurbanas); se distribuyeron 50 000 carteles en septiembre.
- Notas: información general; se distribuyeron 500 000 notas en septiembre.
- Agendas para el sector de salud pública; 16 000 agendas distribuidas en octubre.
- Agendas para el sector de salud privado; 14 000 agendas distribuidas en octubre.
- Agendas para profesionales hospitalarios; 1000 agendas distribuidas en octubre.
- Agendas para maestros de educación básica; 80 000 agendas distribuidas en octubre.
- Carteles para escuelas (rurales y urbanos); 10 000 carteles distribuidos en octubre.

La segunda etapa de la campaña nacional estuvo enfocada en la prevención durante el verano.

Sus objetivos generales fueron lograr que no surgieran casos de enfermedad durante el verano, mediante la adopción de medidas de prevención para campistas y ocupantes de casas de verano, y promover la adopción de medidas preventivas por parte de las personas que trabajan en áreas rurales o que tienen contacto con ellas.

Los medios de comunicación y el material de apoyo fueron muy amplios e incluyeron:

- Radio: dos mensajes para cabañas y zonas de campistas durante un mes, en diciembre y enero.
- Televisión: dos mensajes comerciales para cabañas y zonas de campistas durante un mes, en diciembre y enero.
- Carteles: dos tipos (para cabañas y zonas de campistas); 50 000 carteles distribuidos en diciembre y enero.
- Notas: dos tipos (para cabañas y zonas de campistas); 500 000 notas distribuidas en diciembre y enero.
- Material para personas que trabajan con la Corporación Nacional Forestal (CONAF): para los visitantes, notas (500 000) y carteles (700); para los empleados, agendas breves para los cuidadores de parques (400); para los voluntarios, agendas breves (1200).

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA FASE DE MANTENIMIENTO (PERÍODO ORDINARIO)

En este período la estrategia del Ministerio de Salud ha sido sostener las medidas preventivas, especialmente en las áreas previamente afectadas (Regiones IX, X y XI).

Entre las acciones llevadas a cabo y las futuras se incluyeron:

- Notificación regular de nuevos casos a la población.
- Conservación de un nivel permanente de cautela en el público para que subsistan hábitos adecuados de higiene, especialmente en las regiones rurales.
- Repetición de mensajes comerciales en la televisión, orientados específicamente a los residentes rurales.

También se prepararán un video y un libro para distribuir a nivel central. En ambos se resumirán todas las medidas tomadas por el Grupo Especial de Trabajo sobre Hantavirus. Los materiales también servirán como una constancia de la experiencia que puede ser útil para generaciones futuras de personal de salud. Los dirigentes de la campaña nacional trabajarán también para obtener nuevos patrocinadores que contribuyan a la elaboración de otros materiales educativos, en particular los relacionados con riesgos personales.

Para obtener más información sobre el programa de educación sanitaria en Chile, dirijase a:

María Elina Barrera
 Jefa de Comunicaciones y Relaciones Públicas
 Ministerio de Salud de Chile
 Mac Iver 541, Oficina 201
 Santiago
 Chile
 Teléfono: (56-2) 630-0301
 Fax: (56-2) 639-7292