

Índice	
Introducción	
Objetivos	
Objetivos Generales1
Objetivos Específicos	
Tipo de estrategia y etapas2
Comunicación alerta pandémica	
Comunicación fase de influenza pandémica declarada	
Público receptores del mensaje3
Público interno	
Público focalizado	
Público en general	
Organismos y otros países	
El mensaje a difundir4
Alerta pandémica	
Fase de influenza pandémica	
Medios a utilizar6
Publicidad con costos	
Publicidad sin costos	
Implementación de la estrategia.....7	
Anexo estimaciones de inversión	

Estrategia de comunicaciones ante una pandemia de influenza. (Propuesta)

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

El Salvador, América Central.

1 Introducción.

En El Salvador, El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, (MSPAS), somete a consideración la siguiente propuesta de Estrategia de comunicaciones ante una pandemia de influenza, tal y como se establece en las responsabilidades que asume la institución en su calidad de ente rector de la salud y entidad conductora de las intervenciones plasmadas dentro del PLAN CONTINGENCIAL CONTRA LA PANDEMIA DE INFLUENZA que presenta la República de El Salvador.

Siguiendo las recomendaciones de La Organización Mundial de la Salud OMS, se crea a través de decreto ejecutivo con fecha 22 de febrero de 2006, la Comisión Nacional para la preparación de una pandemia de influenza, que se conoce en sus siglas como CONAPREVIAR encabezada por el MSPAS y conformada por instituciones gubernamentales, autónomas privadas y municipalidades.

Partiendo de ese compromiso que contempla deberes y obligaciones compartidos, es que la Unidad de Comunicaciones del MSPAS debe desarrollar una estrategia de comunicación social en relación al tema para ser sometida a la evaluación pertinente por parte la Comisión.

En la propuesta de la estrategia se definen los públicos destinatarios, a los cuales se enviará el mensaje de acuerdo a las diferentes fases de la pandemia y que ya han sido definidas en los planes de acción de la OMS.

La estrategia estará apegada a los lineamientos que dictará la Comisión Nacional para la preparación de una pandemia de influenza, CONAPREVIAR.

2. Objetivos

a) Objetivos Generales:

- Preparar, informar y educar a toda una nación sobre la amenaza de una pandemia por influenza.

- Propiciar una respuesta adecuada por parte de las instituciones que conforman la Comisión ante una pandemia de influenza.

b) Objetivos específicos:

- Mantener difusión del mensaje respetando los niveles de alerta que brinde la OMS con los que se buscará en primera instancia la sensibilización de las instituciones que conforman la comisión y responder adecuadamente a los diferentes estados de alerta de la OMS.
- Ofrecer a los representantes de los diferentes sectores de la sociedad. Información necesaria para lograr una comunicación coordinada.
- Que la población en general conozca terminología básica de la pandemia, qué es una pandemia y qué hacer, las acciones, disposiciones legales, prohibiciones, servicios de salud y medidas de prevención, de acuerdo a fases establecidas.
- Ser herramienta de difusión con los diferentes organismos y países para el intercambio de información.
- Lograr que todos y cada uno de los ciudadanos logre identificar y ponga en práctica el rol que le corresponde.

3. Tipo de estrategia y etapas

Las estrategias de comunicaciones son de utilidad fundamental, permitiendo traducir las ideas en acciones. En el caso de una pandemia se debe fundamentar en una comunicación de riesgo cuidadosamente planificada debido al impacto que se puede provocar entre la población, definiéndose para ello los diferentes públicos, el tipo de información que recibirá cada uno de ellos de tal manera que a través de la preparación correcta al informar, educar, preparar y prevenir se pueda evitar la ansiedad y el pánico más allá de la normal que puedan generar eventos de esta magnitud.

El énfasis principal de la comunicación, según la Organización Mundial de la Salud es: "Se comunicará con el público de la forma que aumenten, mantengan o restauren la confianza.

La pérdida de confianza del público, especialmente en época de crisis, amenaza la estabilidad y la viabilidad no sólo del sector salud sino del gobierno en su totalidad. (1)

Etapas

Se plantea una estrategia de comunicación fundamentada en la comunicación de riesgo para las dos siguientes etapas:

a) Comunicación alerta pandémica: Fase actual.

En esta fase se debe explicar sobre qué es una pandemia, qué es gripe aviar, cómo detectar posibles casos de gripe aviar en granjas y aves de patio y cómo proceder, a quién se debe comunicar la sospecha, cómo se transmite a los humanos, cuáles son sus síntomas, cómo y por qué se debe prevenir, por qué no existe una vacuna contra la influenza pandémica, cuál es la diferencia entre la influenza estacional, la influenza aviar y la influenza pandémica, cuál es el riesgo de país, quién informará sobre lo que hace el Estado y lo que la población debe hacer.

b) Durante fase de influenza pandémica declarada:

Establecer un flujo directo de comunicación entre los organismos, las diferentes instituciones del sector salud de la región, instituciones gubernamentales, difundir los servicios en salud, informar sobre disposiciones legales y prohibiciones, responder con la verdad a la población sin exagerar en la especulación, asegurar la confianza del público con información veraz sobre la evolución de la pandemia, responder a los rumores para minimizar la inquietud.

4. Públicos receptores del mensaje.

Se definen 4 clases de público:

- Público interno
- Público focalizado
- Público en general
- Organismos y otros países

El público interno:

Serán todas las personas de las instituciones de gobierno y de las que conforman el sistema, las instituciones involucradas tanto en la CONAPREVIAR como aquellas que por su rol en el estado y la sociedad deben estar debidamente informadas y actualizadas para la correcta toma de decisiones.

Publico focalizado:

Aquí se consideran los medios de comunicación, asociaciones de índole política, las personas con mayores niveles de riesgo, los trabajadores en el campo de la avicultura, los trabajadores de salud.

Publico en general:

El conjunto de habitantes del país.

Organismos y otros países:

Los organismos internacionales, cooperantes técnicos y financieros y representación diplomática de otros países, con especial énfasis en las naciones del istmo.

5. El mensaje a difundir

Para todos los públicos se deben difundir las generalidades sobre la pandemia, qué significa, estado actual, terminología básica, condiciones de riesgo, sobre vacuna y medicamentos y qué hace el Estado.

a) Alerta pandémica**El público interno:**

Difusión del plan nacional de preparación, qué instituciones se involucran, cuáles son las personas que conforman la CONAPREVIAR, quiénes son las personas de enlaces, dónde y con qué frecuencia sesionan, cuáles son los organismos de apoyo financiero y técnico, decisiones tomadas, recomendaciones de la OMS actualizadas, sitios de consulta.

Público focalizado:

Mensajes que contienen terminología básica sobre la pandemia así como sus antecedentes, en el caso de los comunicadores la importancia de una buena comunicación de riesgo evitando caer en especulaciones, rumores o la incorrecta comprensión de la información pues la población es aun más susceptible.

Difusión de mensajes con preguntas y respuestas básicas acerca de la enfermedad.

Difusión de mensajes sobre identificación de síntomas en las aves y conocer qué medidas se deben tomar y dónde se debe acudir.

Difusión de las formas de contagio de las aves a los humanos y qué medidas de prevención se deben poner en práctica.

Difusión de normativas y prohibiciones.

Publico en general:

- Inicia con la difusión de mensajes que incluya las preguntas y respuestas básicas sobre la enfermedad. Qué es; su origen; cómo, qué o quién la transmite, síntomas, tratamientos, cómo se previene, quiénes están más expuestos.
- Consideraciones de la Organización Mundial de la Salud acerca del tema y explicar las diferentes fases y el estado de la enfermedad en la región.
- Se difunden las acciones y medidas que implementa el país
- Se continúa con los mensajes sobre la actitud que se debe tener o cómo se debe responder de manera adecuada.
- Medidas que deben conocer las personas que tienen aves de corral
- Mensajes que despejen dudas sobre la ingesta de la carne de aves.
- Mensajes que contengan medidas específicas que deben poner en práctica las personas con alto riesgo de contraer la influenza.
- Los aspectos legales que podrían considerarse ante una pandemia.
- El contenido del mensaje se irá cambiando a medida se vayan registrando nuevos niveles.

Organismos y otros países:

Difusión de información sobre la vigilancia epidemiológica que mantiene el país, avance e implementación del plan nacional y acciones ejecutadas y a ejecutar, insumos y capacidades con que se cuenta, necesidades, detección de casos en animales y humanos.

b) Fase de influenza pandémica declarada

En esta fase los mensajes para los diferentes públicos se actualizarán de acuerdo a las recomendaciones emitidas por la OMS, enfatizando la evolución de la pandemia, acciones tomadas en otros países, acciones en el país, difusión de

aspectos legales y prohibiciones sobre cómo evitar aglomeraciones, restricciones en aeropuertos, puertos y fronteras, aislamiento de lugares afectados, procedimientos para el manejo de cadáveres, síntomas de la enfermedad en humanos, establecimientos de salud, difusión de medidas de prevención que se deberán poner en práctica de manera colectiva e individual.

6. Medios a utilizar para la implementación de la estrategia, considerando publicidad pagada y publicidad gratuita.

Publicidad con costos

- Televisión (producción y difusión spot)
- Radio (producción y difusión de cuña)
- Prensa
- Perifoneo (área rural y colonias que concentren mayor número de habitantes)
- Afiches (para ser colocados en escuelas, iglesias, granjas, unidades de salud, hospitales, todas las oficinas de gobierno y privadas, aeropuerto, puertos, oficinas aduanales, casas comunales, alcaldías, mercados, supermercados, establecimientos comerciales, iglesias, etc.).
- Vallas (en los 14 departamentos del país)
- Muppies (en la capital)
- Hojas volantes (distribuidas en sitios públicos, establecimientos de salud, instituciones estatales y privadas, personas que salen y entran al país, además para reforzar la acción del perifoneo)
- Trípticos
- Mensajes a través de línea fija. (en poblaciones seleccionadas)
- Material audiovisual en DVD

Publicidad sin costos

- Creación de sitio especial para la información de la influenza en todas y cada uno de las Web que poseen las instituciones gubernamentales y privadas.
- Colocar los mensajes a través de las centrales telefónicas de cada una de las instituciones que conforman la Comisión, a fin de que sus respectivos usuarios puedan escucharlos mientras esperan a que sus llamadas sean transferidas.
- Uso de periódicos murales de las instituciones públicas y privadas
- Uso de revistas y boletines informativos de las instituciones públicas y privadas

- Realización de capacitaciones a los periodistas por parte de los expertos en la materia para que el mensaje a enviar esté claramente definido y no propicie la confusión o pánico entre la población en general.
- Coordinación de entrevistas en los diferentes medios de comunicación para expandir el mensaje de prevención hacia toda la población. **(lo cual conlleva a la selección de voceros por parte de cada una de las instituciones involucradas).**
- Propiciar la elaboración de notas en los diferentes noticieros.
- Programar conferencias de prensa, según la frecuencia que sea necesario y estipule la Comisión Nacional, para la preparación de una pandemia.
- Difusión de medidas de prevención a través del promotor de la salud en cada comunidad, escuela, iglesia, etc.
- Gestionar que se incluya en las facturas por servicios que se envía a los habitantes, mensajes cuyo contenido sean las medidas de prevención.
- Involucrar a los agentes socializadores primarios en la tarea de difusión. (La Iglesia, la Escuela...).

7. Implementación de la estrategia

Para implementar la estrategia de comunicaciones se propone conformar un comité de comunicaciones intersintitucional para la pandemia que deberá estar integrado por un representante del área de comunicaciones de cada entidad que forma parte de la CONAPREVIAR, en la cual debe incluirse un miembro enlace de esa comisión, un representante de OPS y de OIRSA, un experto en sanidad animal, un experto en epidemiología, experto en inmunizaciones, en laboratorio, en servicios de salud y en educación (salud).

Este comité sesionará con la frecuencia que sea necesario con la finalidad de unificar criterios, elaboración de propuestas y de material, evaluación de acciones ejecutadas y medidas a considerar para ser sometidas a la aprobación de CONAPREVIAR.

Una vez conformado el comité de comunicación interinstitucional para la pandemia se someterá a consideración de la comisión la información a difundir.

Al ser aprobada se procederá a difundir la información utilizando los diferentes medios como se detalla a continuación.

Se deberá nombrar un vocero o voceros, según sea la decisión de CONAPREVIAR, para el manejo unificado de la información. Con ello se establecerá un mejor control en la calidad y veracidad de la misma cerrando así los espacio a los rumores y generando además confianza entre la población.

El o los voceros deberán manejar información de primera mano emanada de los informes que se originen de los expertos y previa revisión y autorización por parte de CONAPREVIAR. Serán los responsables de brindar entrevistas a los periodistas y participar en las conferencias de prensa que se programarán en la frecuencia que demande la situación y que estime conveniente la Comisión.

El o los voceros no podrán manejar adecuadamente la información si los responsables de brindar la misma no la mantienen al día, de allí la importancia de contar con informes que contengan datos estadísticos actualizados como los siguientes: qué cantidad de granjas existen en el país, estimado de aves de patio, sitios que pueden representar mayores riesgos de influenza aviar, sitios centinelas que se han establecido, reportes de vigilancia epidemiológica en aves y humanos, situación de los servicios en salud y de los medicamentos.

El o los voceros serán funcionarios preparados para abordar los rumores, transmitir confianza al público y hacerle frente a medios posiblemente hostiles. Los medios quieren saber lo que la gente común debe hacer, qué está haciendo el gobierno, por cuánto tiempo se mantendrá la situación, etc.

Publico interno

Programación de talleres para que los expertos en el tema de vigilancia epidemiológica, sanidad animal, servicios en salud, inmunizaciones, OPS, OIRSA, educación, laboratorio e inmunizaciones ofrezcan un panorama de la situación en sus diferentes áreas, servirá además para actualizar al público interno en este tema y responder de manera precisa a sus dudas.

Se hará uso de los sitios Web, avisos en llamada telefónica en espera, sistema de comunicación interna que posean las instituciones, periódicos murales, revistas, boletines informativos, hojas volantes y afiches para difundir los mensajes que se han establecido.

Cada miembro de comunicaciones deberá difundir los mensajes utilizando los diferentes canales, verificando que los mismos están llegando en sus respectivas instituciones utilizando el material unificado y aprobado por la comisión.

Publico focalizado

Programación de talleres para los periodistas con la finalidad de que tengan el conocimiento apropiado de la enfermedad, su evolución, terminología, despejar dudas, conocer cuál es la situación del país, qué hace CONAPREVIAR, recomendaciones de la OMS y las diferentes fases, medidas de prevención, importancia de la información de riesgo. Se deberá informar a los periodistas sobre el vocero o los voceros que han sido nombrados, así como los sitios

oficiales donde pueden encontrar información relacionada. Se concederán espacios en los diferentes medios de comunicación. Se convocará a los periodistas a las conferencias de prensa que se programen según lo estime conveniente la Comisión.

Para los trabajadores de granjas, se deben programar capacitaciones para que se encuentren preparados en la detección de casos, que deben hacer, con quien deben comunicarse, que medidas deben tomar, si existe vestimenta especial, síntomas, etc., y además para conocer sobre sus necesidades y inquietudes. Deberá distribuirse afiches y hojas volantes en este grupo así como definir un canal de información para este sector. Se recomienda que este grupo esté atento además a toda la información que se divulga en los sitios oficiales y el resto de los medios de comunicación masiva.

Capacitaciones para el personal de salud, cuáles son los riesgos, sintomatología de la enfermedad, grupos prioritarios, dónde deben informar, responsabilidades, cómo ellos deben informar al público, acciones unificadas por parte de los promotores de la salud, acciones de país, situación mundial, canales de comunicación oficial. Uso de sitio Web, afiches, hojas volantes, trípticos, material educativo. Se deberá establecer un canal oficial para la implementación y seguimiento de acciones a ejecutar.

Publico en General.

Se hará uso de los medios de comunicación masiva, prensa, radio, televisión, vallas, muppies, afiches, hojas volantes, perifoneo, que contengan los mensajes anteriormente mencionados, conocimiento de la información a través de las entrevistas, conferencias de prensa, divulgación de direcciones de sitios Web oficiales.

8. Costo estimado:

Plan de medios para 6 meses

Plan de medios para 1 año