Creación de una estrategia de comunicación para la influenza pandémica

Producido por la Organización Panamericana de la Salud

Pan American Health Organization
Regional Office of the World Health Organization

Organización Panamericana de la Salud
Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud

Creación de una estrategia de comunicación para la influenza pandémica

Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud
Asesor Principal, Comunicación de Riesgo y Brotes
Actualizada 30 de abril 2009

Organización Panamericana de la Salud
Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud

La estrategia de comunicación acerca de la influenza pandémica

Introducción

Las estrategias de comunicación sirven de componente integral de los planes nacionales contra la influenza pandémica, permitiendo que las ideas se conviertan en acciones. Dada la posible repercusión de la influenza pandémica, se deben realizar planes detallados sobre qué se debe comunicar, cómo hacerlo, quién debe hacerlo y a quién se debe informar y, se han de revisar en repetidas ocasiones para todas las fases de la pandemia y todo tipo de público. En septiembre de 2005, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) presentó a sus Cuerpos Directivos un plan estratégico detallado encaminado a dirigir las actividades de cooperación técnica para preparar a los países de la Región para hacer frente a una pandemia de influenza. Ese documento invitaba a todos los países a incluir la comunicación de riesgos y las estrategias de comunicación en sus planes. La planificación de la comunicación, su preparación y ejecución deben estar de acuerdo con las normas de la **Organización Mundial de la Salud** (OMS) y el **Plan Estratégico de Respuesta a la Influenza Pandémica de la OPS.**

Antecedentes

La comunicación con el público, con los usuarios directos dentro del sistema sanitario, las escuelas y otros actores, es fundamental durante una emergencia de salud pública para el control de cualquier crisis. De igual manera lo son, las estrategias de comunicación diseñadas con antelación para tratar las posibles situaciones, objetivos detallados, públicos destinatarios, mensajes clave, herramientas o canales y planes de acción. Las siguientes sugerencias de temas, para su incorporación en esta estrategia, se orientan hacia la influenza aviar o la influenza pandémica, pero las aplicaciones son de largo alcance y sirven para otros brotes, desastres y emergencias de salud pública en general.

Los objetivos de la comunicación antes de un brote son educar, informar, recomendar, preparar y prevenir. Esto se aplica a la influenza aviar, así como a la influenza estacional y posiblemente a una pandemia de influenza. Cuando surge un brote o una pandemia, las metas en materia de comunicación pasan a centrarse en las actividades de contención acompañantes, garantizando que el público, en parte a través de los medios de comunicación, reciba mensajes relacionados con la salud, apoye las recomendaciones y que el personal sanitario esté informado, preparado y listo para actuar. Dados los estragos que pueden ser causados por una pandemia, las actividades de comunicación deben estar bien implantadas antes de su llegada para poder apoyar y activar los planes de contingencia de salud pública y, finalmente, para salvar vidas. El fomento de la confianza, en el presente, establecerá los cimientos de la comunicación pandémica.

La planificación de la comunicación acompaña a la planificación para el abordaje antiepidémico, en cada paso. La idea central de la comunicación de brotes, según la OMS, es “la comunicación con el público de forma que establezcan, mantengan o restauren la confianza. Esto es válido para todas las culturas, todos los sistemas políticos y niveles de desarrollo nacionales”. La pérdida de la confianza pública,

especialmente en el momento de la crisis, amenaza la estabilidad y la viabilidad del sector sanitario, de las economías y del gobierno en su totalidad. Como parte del mantenimiento de la confianza, el sector sanitario debe informar rápidamente al público de los avances; tiene que incluir a diversos sectores en la planificación; ha de escuchar y reaccionar rápidamente frente a los interesados directos para afrontar los rumores y; reducir la perturbación social. En el mundo globalizado de hoy, los virus y las noticias, al igual que la información incorrecta, viajan rápidamente.

Justificación

La preparación antipandémica de hoy, así como la planificación de la comunicación acompañante, sirve como plataforma para fortalecer la infraestructura básica de salud pública, no sólo para una pandemia, sino para futuras crisis sanitarias de importancia internacional. Las guías de comunicación de brotes de la OMS declaran que "la meta principal de salud pública es tener cuanto antes el brote bajo control, con la menor afectación social posible. La comunicación eficaz de los brotes es una herramienta para alcanzar esa meta".

Además, el Reglamento Sanitario Internacional, que entró en vigor en el 2007, exige a los países que notifiquen ciertos brotes de enfermedades a la OMS. El RSI también colabora con países para fortalecer sus capacidades existentes de vigilancia de salud pública y respuesta, cual incluye la comunicación de riesgos.

La OPS, como parte de la OMS, y siendo el organismo de salud pública más antiguo del mundo, tiene una posición privilegiada para trabajar con todos los países de las Américas y para colaborar con otras organizaciones y con otros socios internacionales en los preparativos frente a una posible pandemia de influenza.

A continuación se presentan una guía y algunas consideraciones, para crear una estrategia de comunicación, así como, una lista de comprobación de cara a estos preparativos. Cada sección se centra en un público destinatario y requerirá un plan de acción en el que se detalle cómo se llevará a cabo cada actividad y deberá incluir las metas, los métodos, los participantes y los costos de las mismas. Los anexos sirven como ejemplos y dan información adicional sobre temas como: mensajes clave, formas para el manejo con los medios de comunicación y aspectos básicos de la comunicación de riesgos.

Público destinatario: Ministerios y Agencias de Salud

Período de alerta pandémica (1-3)

Metas:

- Establecer la confianza mediante un amplio acuerdo entre el personal directivo superior para que se ajusten a las Normas de Comunicación de Brotes de la OMS.
- Informar al público y aumentar la conciencia sobre las diferencias entre la influenza estacional, la influenza aviar o porcina y la influenza pandémica.
- Preparar a la sociedad en general sobre las maneras de prevenir o mitigar la repercusión de la influenza pandémica.
- Conseguir que, dentro de los planes nacionales de preparación contra la influenza, existan mecanismos para la comunicación entre los organismos y los medios de comunicación, el público y los socios esenciales que se centren en la prevención y la preparación.
- Reducir de manera generalizada, y en lo posible, los efectos perturbadores y la turbulencia social y económica de la influenza pandémica.
- Apoyar los esfuerzos de preparación antipandémica y promover esfuerzos similares en el sector privado, los gobiernos y la sociedad civil local.
- Suministrar información que pueda reducir el riesgo de infección por el precursor pandémico, el virus de la influenza aviar o porcina.

Actividades:

- **Incorporación del responsable (o equipo) de comunicación**, en el grupo de planificación nacional contra la influenza pandémica**.** Ese equipo deberá ser un grupo transversal, interinstitucional que, entre otras cosas, apoye las metas principales de comprender, informar, prevenir y concientizar antes de que se produzca una pandemia real o durante la misma. El equipo incluirá a epidemiólogos, virólogos, inmunólogos y otros expertos técnicos, así como educadores de salud, funcionarios del sector agropecuario, comunicadores capacitados, responsables de los medios de comunicación, expertos en servicios de salud y funcionarios de salud estatales y locales. El grupo también debe incluir a representantes de sectores como el transporte, las finanzas, el ejército, protección civil y otros.

  Si ya se cuenta con el personal, **crear un grupo de comunicaciones** que incluya a personal de comunicación de todo el gobierno. Parte del trabajo de este grupo incluirá la preparación de las formas para crear mensajes coherentes sobre la influenza pandémica, potenciar los recursos gubernamentales, realizar actividades, coordinar la planificación de los medios de comunicación y llegar a los socios; así como, lograr una respuesta coordinada por parte del gobierno para el público. Se debe crear un calendario de reuniones.

- **Definición de quién dirigirá las actividades de comunicación**. Esto puede variar en diferentes momentos, de modo que durante la influenza aviar o porcina el funcionario superior de comunicación del Ministerio de Agricultura y Ganadería pueda liderar las actividades. Frente a los preparativos de una pandemia, los asuntos de índole sanitaria, deben corresponder al Ministerio de Salud.

  Cada sector debe **definir su público**. Es importante destacar que, a cada público destinatario le corresponderán diferentes planes y listas de verificación. Entre los públicos destinatarios estarán: el público en general, los medios de comunicación, el sistema de atención sanitaria y los proveedores sanitarios, los granjeros, los veterinarios, el sector avícola, los socios y los grupos especiales o vulnerables.

- **Nombrar y capacitar a los portavoces (o voceros)**. Aún cuando en el país existan varias personas actuando como portavoces. Se velará por que los portavoces tengan capacitación en la comunicación de riesgos y brotes. La comunicación de brotes es esencialmente un intento de la comunidad de salud pública de suministrar información que permita a los interesados directos tomar las mejores decisiones posibles durante una crisis. Incluye múltiples mensajes acerca de la naturaleza del riesgo, siendo cada vez más un reto cuando se hace rápidamente, en muchos idiomas y para diversas culturas. Requiere que los expertos en salud pública reconozcan las incertidumbres y las dudas.

  La meta de la **comunicación de brotes** es mantener la confianza durante una crisis y evitar respuestas inducidas por el temor. Los cinco componentes de las Normas de Comunicación de Brotes de la OMS son: la confianza, el anuncio temprano, la transparencia, la implicación del público y la planificación.

- **Capacitación a otros funcionarios de alto nivel** en la comunicación de riesgos y brotes, recalcando la importancia de la franqueza, de actuar rápidamente, de la empatía y la confianza. En caso de pandemia, se exhortará a los funcionarios gubernamentales de mayor rango a que aborden la cuestión de la información sobre el estado de la acción y la situación.

- **Crear una línea jerárquica** para cada público que describa cómo se comunicará, con quién lo hará, cuándo y qué dirán. Por ejemplo, en caso de pandemia, ¿con quién se comunicará el Ministro de Salud o quién se pondrá en comunicación con él? ¿Cómo se comunicarán los hospitales con las enfermeras)? ¿Quién comunicará al público el estado de los hospitales? Es necesario especificar quién se comunicará con el Ministro de Salud, las escuelas, los hospitales, otros proveedores, los medios de comunicación, etc. ¿Qué sucede con la respuesta al aumento de la demanda?

- **Elaboración de los planes de acción** para especificar quién hará qué y cuándo, en especial en caso de una pandemia real o de sospecha de pandemia. ¿Quién hablará con otros funcionarios del gobierno? ¿Conoce el personal su ubicación física al momento de un alerta? ¿Quién definirá los mensajes? ¿Quién se coordinará con la comunidad internacional? Se incluirá

el nombre y el título del grupo responsable, así como la información de contacto actual.

- **Evaluación de la preparación actual**, teniendo en cuenta los cambios de personal en curso y si se dispondrá de recursos humanos y económicos suficientes para todas las fases de una pandemia. Esto se aplica al personal de comunicación así como a los demás miembros del personal. ¿Quién puede ayudar? ¿Hay una manera de atraer a voluntarios?

- **Colaborar estrechamente con las autoridades técnicas para apoyar** las actividades que se centran en la prevención, las posibles pérdidas económicas y los preparativos para la continuidad de las operaciones, los preparativos escolares, las actividades de contención, el estado de los antivíricos y las vacunas y la respuesta rápida.

- **Presentar simulaciones, tratar las situaciones**, los supuestos prácticos, de modo que se puedan hacer contingencias para que el público esté preparado, el gobierno pueda actuar y se disponga de servicios básicos. Todos los planes de contingencia deberán ser flexibles y adaptables.

- Investigar qué es **lo que el público percibe y cree** acerca de la influenza estacional, la influenza aviar o porcina y una posible pandemia de influenza. La conciencia de los conocimientos, las actitudes y las percepciones permitirá que el grupo de comunicación adapte los mensajes y la información. La investigación puede realizarse mediante encuestas en el vecindario o encuestas telefónicas.

- Buscar los mecanismos de tener un **diálogo formal e informal con la comunidad** para vigilar lo que necesitan y quieren y para informar sobre lo que el gobierno puede proporcionar. Por ejemplo, podrían establecerse reuniones en el ayuntamiento o debates de grupos de expertos. Se hará participar a los medios empresariales en la preparación para una pandemia y se encontrará la forma de que apoyen una respuesta de salud pública. Se debe determinar en quién confía la comunidad para proporcionar información fiable.

- **Tratar de llegar a socios**, como representantes de grupos de la comunidad, grupos juveniles, escuelas, alcaldes, sindicatos, iglesias y asociaciones. Hay que incluirlos en la planificación de los preparativos y conseguir su apoyo desde el principio, de modo que puedan ayudar posteriormente a mantener informado al público.

  Identificar y colaborar con interesados directos clave de múltiples sectores, privados y públicos, así como con la sociedad civil para abogar por recursos que sirvan de catalizador continuo para la preparación y la intervención temprana, con el fin de prevenir los brotes y responder a ellos.

- **Obtener el apoyo de los médicos de atención primaria, las enfermeras**, las parteras y los promotores de salud de la comunidad, que son clave en la promoción y la transmisión de información acerca de la influenza. Se debe comprobar que comprenden la posible gravedad de la influenza pandémica. Hay que pedirles sugerencias en cuanto a sus

necesidades y a los materiales que en su opinión pueden usarse en la comunicación y la educación.

- **Crear mensajes de preparativos** para el público que se basen en la investigación de las actitudes y los conocimientos sobre la influenza. Se proyectarán previamente los mensajes, en lo que respecta al contenido y la distribución que puede usarse en las fases tardías de la preparación antipandémica. En todos los casos, los mensajes deben ser claros, concisos y coherentes.

  Por ejemplo, algunos temas podrían ser los mensajes de higiene personal que promuevan el lavado frecuente de las manos y que insten a las personas a taparse la boca cuando tosan o estornuden. Otros mensajes deben explicar en qué consisten las vacunas y los antivíricos y deben preparar al público sobre las medidas que debe tomar en caso de una pandemia, como quedarse en casa en caso de fiebre.

- **Comunicarse con celebridades, personalidades importantes** y líderes a los que haya recurrido en pasadas campañas de comunicación y hacerlos participar. Se colaborará con ellos ahora para elaborar mensajes de preparativos así como mensajes que puedan transmitirse acerca de los planes contra la influenza pandémica.

- **Crear materiales informativos**, como notas descriptivas y comunicados de prensa que pueden ser usados por medios de comunicación, consultorios médicos, hospitales, escuelas y oficinas gubernamentales que expliquen qué es la influenza pandémica y cómo prevenirla, así como la diferencia entre la influenza aviar y la influenza estacional. Se deben dar sugerencias respecto a lo que el público puede hacer y lo que debe hacer. La acción ayuda a superar la sensación de impotencia.

  Las notas descriptivas pueden presentarse en forma de preguntas y respuestas, preguntando y respondiendo a cuestiones básicas: ¿Qué es la influenza estacional? ¿Por qué hay que preocuparse ahora por una posible influenza pandémica?

  Los comunicados de prensa son notas cortas, que responden a preguntas —quién, qué, dónde, cuándo, cómo— para explicar y transmitir mensajes sobre las medidas que están tomando los funcionarios gubernamentales o sanitarios o que quieren que el público tome.

  Se elaborarán **anuncios de servicio a la comunidad** para su impresión, difusión en televisión y radio, que transmitan mensajes referentes a la prevención y la educación ahora y en el caso de que se declare una epidemia. Estos mensajes, si se destinan a la difusión radiotelevisiva, deben ser breves y destinados a promover una acción. Por ejemplo: el lavado de las manos es una buena manera de evitar muchas enfermedades; o recomendaciones sobre cuándo hay que quedarse en casa.

- Decidir **qué canales de comunicación se usarán** para distribuir sus mensajes: correo electrónico, radio, internet, televisión, carteles, vallas publicitarias, correo directo, altavoces. Considere la posibilidad de crear una página Web especial que pueda actualizarse sistemáticamente. La radio sigue

siendo el canal más importante para llegar al mayor número de personas. Las emisoras de radios comunitarias y rurales llegan a las poblaciones de difícil acceso. Se debe utilizar al equipo de comunicación de crisis para que realice la distribución a diversas redes, como médicos y agentes de atención de salud de la comunidad.

- Encontrar la **forma de llegar a poblaciones vulnerables y aisladas**, incluidas las maneras de superar los retos relacionados con la tecnología, el idioma y la cultura. Se debe enviar a estos grupos concretos mensajes en su lengua. Incluya en la planificación a representantes de estos grupos, pídales ideas y determine lo que ellos creen que hará que los mensajes se capten.

- **Actualizar las listas de medios de comunicación** y la información de contacto, buscando los mejores canales y los más fiables para llegar a los periodistas. Cuando sea apropiado, considerar medios no tradicionales, como las bitácoras de Internet (*blogs*).

- **Implicar a los medios de comunicación ahora** y colaborar con ellos para formar su capacidad profesional y sus conocimientos científicos. La participación temprana de los medios de comunicación en su planificación puede ayudar a superar posteriormente las lagunas informativas.

- **Planificar sesiones de capacitación de los medios de comunicación** que incluyan simulaciones. Se debe ayudar a los periodistas a que comprendan las complejidades científicas acerca de los virus de la influenza. Por ejemplo, un mensaje clave debe explicar que ni siquiera la mejor planificación del gobierno puede impedir que tenga lugar una pandemia. La capacitación debe reforzar tanto los conocimientos como las aptitudes profesionales. También se incluirá a los dueños de los medios de comunicación para que entiendan el alcance de la posible repercusión.

- Detallar **cómo colaborará usted con los medios de comunicación** durante la influenza pandémica. ¿Celebrará usted reuniones informativas diarias? ¿Dónde? ¿Cómo mantendrá informados a los medios de comunicación? ¿Quién hará las reuniones informativas? No quedarse al margen de la cobertura periodística. Asegúrese de que los profesionales de la comunicación vayan acompañados de expertos técnicos capacitados y viceversa.

- Elaborar **mensajes que pueda proporcionar a los medios de comunicación ahora**, teniendo en cuenta las preguntas que puedan plantear periodistas y redactores. Elabore otros mensajes orientados a conseguir que los medios de comunicación transmitan mensajes referentes a los preparativos. Otros mensajes deben incluir la preparación mental en el caso de que se produzca una pandemia grave. Hay que anticiparse a las preocupaciones del público y explicar a los medios de comunicación cómo se manejarían esas inquietudes durante un periodo pandémico.

- Cree **mensajes y materiales que expliquen la contención**, que es la estrategia que probablemente haya que usar tras las primeras transmisiones sostenidas entre seres humanos. Se explicará cómo se desarrolla esa fase y cómo se ha usado en el pasado, como en el caso del SARS (síndrome

respiratorio agudo grave). Básicamente, la meta es detectar los casos, aislarlos y contenerlos.

- Decidir cómo se afrontarán y se dará respuesta **a los rumores** sin demora. Es importante abordar por adelantado los informes que suscitarán temores infundados o expectativas poco realistas. Llame a los periodistas tranquilamente para corregir los rumores. Establezca un calendario para informar a los periodistas y los editores tanto ahora como durante las etapas posteriores.

- Establecer **mecanismos para la vigilancia de las comunicaciones**. Se alertará al personal de comunicaciones de ministerios y en el nivel local para que sigan la pista a la forma en que los medios de comunicación siguen la influenza aviar y la influenza pandémica y cómo la están cubriendo. Esta es una manera de hacer un seguimiento de los rumores, corregir concepciones erróneas e incluso descubrir nuevos casos o conglomerados de casos.

- Comprobar que el **plan es flexible** y puede revisarse fácilmente. Actualice su plan con nueva información y dotación de personal pertinente.

Fase de respuesta y contención rápidas (4-5)

Metas:

- Inculcar y mantener la confianza del público en el sistema de salud pública mundial y nacional, y transmitir expectativas realistas sobre su capacidad de responder al brote inicial de una transmisión eficaz de un virus pandémico y controlarlo.
- Suministrar información exacta, oportuna, coherente e integral acerca de las actividades de contención.
- Reconocer y abordar rápidamente los rumores, las inexactitudes y las concepciones erróneas y prevenir la estigmatización de los grupos afectados.
- Promover el cumplimiento dentro de la zona de contención, para identificar rápidamente las barreras para el cumplimiento y reaccionar con nuevas estrategias para aumentar el cumplimiento mediante una política de comunicación transparente.

Actividades:

- **Integrar al personal de comunicación** en todos los debates con respecto al plan de contención.

- **Activar el comité de comunicación de brotes** y adoptar las tareas descritas en el plan de comunicación para, que a través del portavoz, hacer públicos los mensajes preparados, alertar al personal mediante los mecanismos ya antes definidos de mando y control. Se procurará garantizar la coherencia de los mensajes.

- **Alertar a los socios y las organizaciones internacionales** y pedir asistencia si fuera preciso.

- **Crear un calendario para las reuniones informativas con el público y con los medios de comunicación** para mantener la transparencia y la credibilidad. Se ofrecerán sugerencias concretas de acción para el público.

- **Pedir a los líderes de opinión y las fuentes de confianza** que ayuden a explicar la fase de contención, las necesidades, los retos y las oportunidades.

- **Colaborar con expertos técnicos para explicar las medidas** y recalcar la importancia y las implicaciones del cumplimiento. Algunos estudios han revelado que el distanciamiento social —como el cierre de las escuelas, la cancelación de las reuniones masivas y el transporte público, el confinamiento en el domicilio— puede aumentar la probabilidad de contención.

- **Sensibilizar al público respecto a los primeros síntomas,** como la fiebre y la tos, y explicar cómo uno mismo puede controlar la fiebre.

- **Las comunicaciones de la OMS con los medios de comunicación:** seguirán las Normas de la OMS para la Comunicación de Riesgos con el fin de mantener la confianza, suministrar información exacta y oportuna, y disipar los temores.

Fase de influenza pandémica declarada 6

Metas:

- Lograr una comunicación rápida entre las dependencias sanitarias y gubernamentales y reflejar la transparencia con el público para ganarse su confianza.
- Transmitir al público mensajes coherentes acerca de la evolución de la pandemia, de manera completa, oportuna y transparente.
- Responder a los rumores y las inexactitudes para reducir al mínimo la inquietud, la perturbación y la estigmatización.
- Reducir la morbilidad, la mortalidad y la perturbación social mediante una respuesta coordinada.
- Identificar las inquietudes de los medios de comunicación y del público.

Actividades:

- El equipo de comunicación deberá **trabajar día y noche** al comienzo de la pandemia. En la labor de dotación de personal se proporcionarán al menos dos personas para cada función. Los miembros deben hacer turnos desempeñando las diferentes funciones, dado lo que podría ser un nivel alto de estrés.

- **Poner en marcha medidas de mando y control de comunicaciones**, como el sistema de notificación, la llamada para activar esta etapa del plan, la notificación a las autoridades internacionales, y el aviso a los medios de

comunicación. Se comprobará que los planes sean todavía flexibles y se someterán a revisiones frecuentes.

- Hacer que el portavoz **dé rápidamente información al público**, aunque no se conozca toda la situación. Se decidirá si se celebrarán nuevas reuniones informativas y simultáneamente se hará público un comunicado preparado mediante un comunicado de prensa. Debe responderse abierta y rápidamente a las preguntas iniciales. La credibilidad depende de la reacción y la respuesta tempranas a un brote.

- Informar al portavoz de las **medidas de comunicación de crisis y brotes** que deben aplicarse en conformidad con las normas de la OMS.

- **Establecer un calendario para las actualizaciones** y los comunicados para los medios de comunicación y el público.

- Transmitir dos o tres **mensajes preparados** a los medios de comunicación al conocerse los primeros casos de transmisión entre seres humanos para que la ansiedad pública sea mínima y brindar información oportuna, precisa y actualizada. Los mensajes deben ofrecer sugerencias sobre lo que el público debe hacer: por ejemplo, quedarse en casa en el caso de tener fiebre alta, o dónde obtener más información.

- **Suministrar información clara sobre la amenaza**, lo que se está haciendo y las medidas que se tomarán. Se proveerá información sobre cuándo recibió la noticia el gobierno, los pasos que se tomaron y cuándo puede esperar el público una actualización.

- Ponga su plan en práctica para **colaborar con las instituciones educativas y religiosas** con el fin de transmitir los pasos para la acción y reducir la inquietud. Deben saber con antelación que han de distribuir sus mensajes sobre lo que debe hacerse. Se indicarán posibles actividades públicas, como por ejemplo: cómo cuidar de los vecinos.

- Colaborar con el **sector de la salud privado,** especialmente con los **médicos, en los mensajes** que darán al público, y con los agentes de atención de salud que ayudan a los enfermos.

- **Abordar sin demora los rumores**, las concepciones erróneas y la estigmatización. Se colaborará con los medios de comunicación y los grupos de la comunidad para corregir la información incorrecta. Hay que adelantarse a los acontecimientos, llamando a los periodistas para poner las cosas en su lugar.

- **Activar la vigilancia de las comunicaciones** con los comunicadores del gobierno a todos los niveles para que usted pueda vigilar los rumores, las inquietudes, las actitudes y los casos reales.

- Establecer **actualizaciones programadas** para los medios de comunicación y el público. Se fijará un momento para responder a las preguntas así como

para informar sobre las medidas adoptadas. Esté preparado. Prevea qué preguntas le harán y decida qué mensajes quiere destacar.

- **Estar preparado para reunirse con un medio de comunicación posiblemente hostil**. Recuerde tres cosas: no mienta, no tranquilice en exceso y reconozca las incertidumbres.

  Los medios de comunicación querrán saber lo que el público debe hacer, lo que el gobierno está haciendo y cuándo se habrá acabado todo. No especule sobre cifras. Céntrese en el establecimiento de la confianza y la credibilidad.

- Hacer que los **funcionarios gubernamentales de alto nivel se dirijan** al público para promover la calma y reflejar el grado de interés. Puede ser necesario incluir al representante más importante del gobierno, dependiendo de la gravedad de la pandemia. Es esencial la capacitación en la comunicación de riesgos y crisis.

- **Hacer anuncios de servicios públicos** preparados con antelación para su impresión o difusión por televisión o radio. Puede que sea necesario comprar tiempo de emisión ahora para que pueda usarse durante una pandemia, de modo que sea posible divulgar clara y rápidamente los mensajes del gobierno.

- **Crear un canal para que el público pertinente pueda llegar al gobierno** para compartir puntos de vista, como una línea telefónica de asistencia urgente, una línea de radio transmisión, una página Web de Internet.

- **Seguir investigando qué es lo que el público piensa y cree** que el gobierno está haciendo para comprobar que las percepciones coincidan con las realidades.

- **Continuar educando a los medios de comunicación,** asegurándose de que comprenden los términos que se están usando, como “casos presuntos”. Al mismo tiempo, evitar la jerga y la terminología técnica al tratar con los periodistas.

- **Transmitir la información más reciente del estado de la enfermedad**, explicando la situación con los medicamentos, distanciamiento social y las medidas que pueden tomarse.

- **Crear medidas para asistir a los ancianos y a las personas aisladas** de modo que puedan recibir ayuda aunque no hayan contraído la enfermedad.

- **Informar al público sobre las medidas de continuidad empresarial** y otras actividades que afectarán a su vida cotidiana.

- **Anunciar medidas para proporcionar pruebas** u otros mecanismos ideados para identificar el curso del virus.

- **Alertar al público sobre cómo manejar los cadáveres,** basándose en las normas preparadas para las situaciones de emergencia.

- **Establecer maneras de avisar al público de que la crisis ha pasado** y que los servicios públicos se reanudarán.

Público destinatario: medios de comunicación

Período de alerta pandémica (1-5)

Metas:

- Comunicar las medidas de preparación y la información a los interesados directos públicos y externos a través de los medios de comunicación.
- Conseguir que los medios de comunicación reciban mensajes exactos, coherentes y claros.
- Coordinar con la OMS los mensajes previos a la pandemia y prepararse para las respuestas antipandémicas.
- Preparar al público por conducto de los medios de comunicación acerca de la posible perturbación social.
- Reafirmar la posición del gobierno o de la organización como fuente fidedigna de información acerca de la influenza estacional, la influenza aviar o porcina y la influenza pandémica.
- Educar a los medios de comunicación acerca de la ciencia y las técnicas de la comunicación de riesgos.
- Establecer y evaluar la infraestructura de comunicación para responder a la posible influenza pandémica.

Actividades:

- Designar a un portavoz que pueda servir como imagen coherente y fidedigna, para dar mensajes a los medios de comunicación.

- Preparar al personal de alto nivel y a determinados técnicos para los encuentros con los medios de comunicación, ofreciendo técnicas de comunicación de brotes y riesgos. Destacar la necesidad de mantener la credibilidad y la confianza, y centrarse en la necesidad de reconocer las dudas y de no tranquilizar en exceso. Los mensajes y el tono deben orientarse para evitar respuestas dictadas por el pánico.

- Elaborar y distribuir materiales informativos orientados hacia los medios de comunicación, como notas descriptivas, preguntas y respuestas y comunicados de prensa. Esto debe formar parte de un plan general que incluya un programa para hacer públicos los materiales de manera regular.

- Usar las investigaciones referentes a los conocimientos, las actitudes y las creencias acerca de la influenza para establecer puntos de vista de la situación para los medios de comunicación, incluidas la televisión, las publicaciones especializadas, la radio y las revistas, así como los periódicos tradicionales. Se destacarán los mensajes que los técnicos hayan aprobado.

- Prever los motivos de preocupación pública y explicar a los medios de comunicación cómo se abordarán esas inquietudes durante una pandemia. Se preverá lo que los medios de comunicación querrán saber.

- Elaborar anuncios de servicio a la comunidad, para su impresión o difusión por radio y televisión, que estén orientados a la preparación y la prevención.

- Será preciso centrarse en el fomento de la acción, como el lavado de las manos. Se debe colaborar con celebridades a las que se haya recurrido en el pasado y crear anuncios de servicio a la comunidad para su uso durante la pandemia así como en la prevención y los preparativos.

- Crear materiales para llegar a las poblaciones vulnerables y aisladas, usando el lenguaje, los canales y la tecnología apropiados.

- Actualizar las listas de medios de comunicación y la información de contacto.

- Planificar y ejecutar sesiones de capacitación de los medios de comunicación que incluyan simulaciones. Se debe ayudar a los periodistas a que comprendan las cuestiones científicas acerca de los virus de la influenza. La capacitación debe reforzar tanto el conocimiento como las aptitudes profesionales. Se informará a los dueños de los medios de comunicación para que conozcan la posible repercusión sobre la sociedad.

- Definir las maneras de colaborar con los medios de comunicación durante una pandemia, planteando las normas para las conferencias de prensa, las actualizaciones y las entrevistas.

- Preparar medidas para abordar los rumores y las inexactitudes. La información pública debe comunicarse a los reporteros y los redactores para corregir la información que podría hacer que surgieran más malentendidos o crear malestar social.

Fase de pandemia de influenza declarada 6

Metas:

- Comunicar a los medios de comunicación de forma rápida, exacta y clara las dimensiones de lo que se conoce acerca de la pandemia. Transmitir mensajes claros al personal.
- Reflejar la transparencia con el público a través de los medios de comunicación y consolidar la confianza.
- Responder a los rumores y las inexactitudes para reducir al mínimo la inquietud, la perturbación y la estigmatización.
- Reducir la morbilidad, la mortalidad y la perturbación social mediante una respuesta coordinada.

Actividades:

- Colaborar con la OMS y los países para coordinar los mensajes y las actividades. Activar las medidas sancionadas por la red mundial de comunicación en caso de pandemias.

- El equipo de comunicaciones debe trabajar día y noche al comienzo de la pandemia.

- Establecer los pasos de comunicación preparados, como alertar a los medios de comunicación sobre las acciones y las medidas. Comprobar que los planes siguen siendo flexibles y se someten a revisiones frecuentes.

- Hacer que el portavoz informe rápidamente a los medios de comunicación, aunque no se conozca toda la situación. Responder a las preguntas iniciales abierta y rápidamente. La credibilidad depende de la reacción y la respuesta tempranas a un brote.

- Transmitir dos o tres mensajes preparados a los medios de comunicación al conocerse los primeros casos de transmisión entre seres humanos para que la ansiedad pública sea mínima, y brindar información oportuna, precisa y actualizada. Los mensajes deben ofrecer sugerencias sobre lo que el público tiene que hacer: por ejemplo, quedarse en casa en caso de fiebre alta, o dónde conseguir más información.

- Es importante dar información clara sobre la amenaza, lo que se está haciendo y las medidas que se tomarán. Se preverá informar sobre cuándo recibió la noticia el gobierno, los pasos que se tomaron y cuándo puede esperar el público una actualización.

- Abordar sin demora los rumores, las concepciones erróneas y la estigmatización. Se colaborará con los medios de comunicación y los grupos de la comunidad para corregir la información incorrecta. Hay que adelantarse a los acontecimientos, llamando a los periodistas para poner las cosas en su lugar.

- Establecer actualizaciones programadas para los medios de comunicación y el público. Fijar un momento para responder a las preguntas así como para informar sobre las medidas adoptadas. Hay que estar preparado. Prever qué preguntas harán y decidir qué mensajes se quieren destacar.

- Hacer que los funcionarios gubernamentales de alto nivel se dirijan a los medios de comunicación. Puede que sea necesario incluir al representante más importante del gobierno, dependiendo de la gravedad de la pandemia.

- Elaborar anuncios de servicio a la comunidad preparados con antelación para su impresión o difusión por televisión o radio. Puede que sea necesario comprar tiempo de emisión ahora para que pueda usarse durante una pandemia.

- Crear canales mediante los cuales los medios de comunicación puedan recibir más información, como una línea telefónica de asistencia urgente, una línea de radio, una página web de internet.

- Estar preparado para reunirse con un medio de comunicación posiblemente hostil. Hay que recordar tres cosas: no se debe mentir, ni tranquilizar en exceso, y se han de reconocer las incertidumbres.

  Los medios de comunicación querrán saber lo que el público debe hacer, lo que el gobierno está haciendo y cuándo se habrá acabado todo. No se debe especular sobre cifras. Hay que centrarse en el establecimiento de la confianza y la credibilidad.

- Continuar educando a los medios de comunicación asegurándose de que comprenden los términos que está usando, como “presuntos casos”. Al mismo tiempo, se evitarán la jerga y la terminología técnica al tratar con los periodistas.

Anexo I

Los componentes de un plan de comunicación deben incluir:

- El asunto, problema o situación de salud basándose en diversas fases de la pandemia.
- Las metas: informar, persuadir, motivar, salvar vidas.
- Objetivos específicos, cuantificables, asignables, razonables y relacionados con el tiempo y que se centran en públicos destinatarios específicos.
- Estrategias y tácticas que apoyan el logro de las metas y los objetivos.
- Públicos clave por orden de importancia.
- Los socios, incluidos sus recursos, los puntos fuertes y los puntos débiles.
- Los portavoces y oficiales de información pública principales o a cargo.
- Los requisitos y las obligaciones de capacitación para el equipo de comunicación con los medios de difusión.
- Los canales preferidos de comunicación; por ejemplo, a través de comunicados de prensa, conferencias de prensa, Internet, línea de teléfono gratuitas, folletos, anuncios en radios, acontecimientos especiales, campañas domiciliarias, entrevistas con los medios de comunicación.
- Una programación que muestre el comienzo y la finalización de cada fase del plan de comunicación.
- El presupuesto: cuánto costará ejecutar el plan de comunicación.
- Las tareas que se deben realizar y quién es el responsable.
- Los medios para medir el logro de los objetivos.

Un plan eficaz de comunicación de la influenza pandémica debe:

- Informar y educar.
- Mejorar el conocimiento y la comprensión.
- Establecer y mantener la confianza y la credibilidad.
- Hacer que la organización o el organismo sean considerados como la fuente principal de información y conocimientos.
- Atraer al público.
- Promover la colaboración y la cooperación.
- Promover el diálogo constructivo.
- Obtener apoyo para las políticas y los planes.
- Crear una toma de decisiones fundamentada.
- Abordar los rumores y la información incorrecta.
- Promover el comportamiento apropiado.

Anexo II

Siete conceptos fundamentales de comunicación de riesgos *

1. Cuando los riesgos para la salud son inciertos, como probablemente ocurrirá durante una pandemia de influenza, las personas necesitan información acerca de lo que se conoce y lo desconocido, así como orientación provisional para tomar decisiones que les ayuden a proteger su salud y la salud de otros.

2. Una pandemia de influenza generará una demanda inmediata, intensa y sostenida de información por parte del público, los proveedores de asistencia sanitaria, las instancias normativas y los medios de difusión. Los trabajadores de salud y el personal de salud pública pueden necesitar capacitación en las relaciones con los medios de comunicación y las comunicaciones de salud pública.

3. La difusión oportuna y transparente de información científica exacta acerca de la influenza pandémica y el progreso de la respuesta, puede establecer la confianza pública, en particular cuando tales iniciativas de comunicación se guían por los principios establecidos de la comunicación de riesgos.

4. La coordinación de la elaboración de mensajes y la publicación de información entre los funcionarios sanitarios federales, estatales y locales es fundamental para ayudar a evitar confusiones que puedan minar la confianza pública, suscitar el temor y la ansiedad e impedir las medidas de respuesta.

5. La orientación a los miembros de la comunidad acerca de cómo pueden protegerse a sí mismos y a sus familias y colegas, es un componente esencial del manejo de crisis.

6. La información que se dé al público debe ser técnicamente exacta y suficientemente completa para promover el apoyo de las políticas y las acciones oficiales sin que parezca que se trata con condescendencia a la gente.

7. La información presentada durante una pandemia de influenza debe reducir al mínimo las especulaciones y evitar la mala interpretación de los datos, las evaluaciones excesivamente confiadas de las investigaciones y las medidas de control, así como comentarios críticos relacionados con otras jurisdicciones.

*Departamento de Salud y Servicios Sociales de Estados Unidos.

Anexo III

Siete reglas cardinales de la comunicación de riesgos

1. **Aceptar e incluir al público como un socio.**
   La meta es lograr que el público esté informado, no calmar la preocupación pública o reemplazar las acciones.

2. **Planificar cuidadosamente y evaluar sus esfuerzos.**
   Diferentes metas, audiencias y medios requieren distintas acciones.

3. **Escuchar las inquietudes específicas del público**.
   Las personas a menudo se preocupan más por la confianza, la credibilidad, la competencia, la justicia y la empatía que por las estadísticas y los detalles.

4. **Ser honrado, franco y abierto.**
   La confianza y la credibilidad son difíciles de obtener; una vez perdidas, casi son imposibles recuperar.

5. **Trabajar con otras fuentes fidedignas**.
   Los conflictos y los desacuerdos entre las organizaciones hacen que la comunicación con el público sea mucho más difícil.

6. **Satisfacer las necesidades de los medios de comunicación.**
   Los medios de comunicación generalmente están más interesados en la política que en el riesgo, en la sencillez que en la complejidad, en el peligro que en la seguridad.

7. **Hablar claramente y con compasión**.
   No deje nunca que los propios esfuerzos le impidan reconocer la tragedia de una enfermedad, lesión o muerte. Las personas pueden comprender la información de los riesgos, pero es posible que aún no estén de acuerdo con usted; habrá quien no esté satisfecho.

(Covello y Allen, 1988)

Anexo IV

Mensajes sobre la influenza pandémica

Mensajes previos al suceso

¿Qué es la influenza pandémica?

La influenza pandémica es una epidemia mundial de influenza.

- La epidemia está causada por un nuevo virus de influenza. En el último siglo se produjeron tres pandemias de influenza.
- La influenza se propaga de una persona a otra y es sumamente contagiosa.
- Se prevé que la influenza pandémica tenga una tasa de mortalidad alta.

La influenza pandémica es diferente de la influenza estacional.

- Los brotes estaciónales de influenza están causados por virus que ya se han propagado entre los seres humanos.
- La influenza pandémica es la aparición de un virus nuevo al que la mayoría de la gente del mundo nunca había estado expuesta y contra el que no tiene ninguna inmunidad.
- Al principio no habrá vacuna. La producción de nuevas vacunas puede tardar hasta 3-6 meses.

Mensajes sobre el tratamiento: influenza pandémica

¿Qué tratamiento hay para la influenza pandémica?

Se trata de una nueva cepa del virus de influenza. No se contaría con ninguna vacuna específica.

- Actualmente, los investigadores están tratando de hacer una vacuna para proteger a los seres humanos contra las cepas H5N1, H9N2, y H1N1.

Se puede contar con los antivíricos o el Tamiflu.

- Hay medicamentos contra el virus de la influenza que han sido aprobados para el tratamiento de la influenza y el alivio de sus síntomas.
- No impedirán que se contraiga la influenza.
- Pueden reducir los síntomas si se toman en las 48 horas que siguen al inicio de la influenza.

Quienes estén enfermos deben quedarse en casa.

- Beba muchos líquidos y descanse.
- Tenga una buena higiene respiratoria (lávese las manos, tosa tapándose la boca con la manga o un pañuelo).
- Limite la exposición de los miembros de la familia y los amigos.

Organización Panamericana de la Salud
Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud

Mensajes sobre los síntomas: influenza pandémica

¿Cuáles son los síntomas de la influenza pandémica?

Son bien conocidos los signos y síntomas de la influenza estacional.

- Los síntomas son fiebre, cefalea, dolores y tos.
- Los signos y los síntomas aparecen aproximadamente 2 a 5 días después de la exposición.
- La enfermedad puede durar entre 1 y 2 semanas.

Los signos y los síntomas de la influenza pandémica pueden diferir.

- Si cree que le ha dado la influenza (suceso específico), póngase en contacto con su proveedor de asistencia sanitaria de inmediato.
- Es importante recibir tempranamente asistencia sanitaria adecuada.

Mensajes sobre el evento: La influenza pandémica

¿Qué debe conocer el público acerca de un brote de influenza pandémica?

Un brote mundial del virus de la influenza ahora entraña un riesgo mundial.

- La influenza es sumamente contagiosa y se transmite por la tos y el estornudo.
- Las pandemias de influenza pasadas han conllevado niveles altos de enfermedad, muerte, perturbación social y pérdidas económicas.

Para reducir el riesgo usted debe:

- Evitar el contacto estrecho con los enfermos, lavarse las manos (use jabón), dejar de fumar, evitar tocarse los ojos, la nariz o la boca.
- Si usted está enfermo, manténgase alejado de otros, tápese la boca cuando estornude o tosa, tire el pañuelo y desinfecte los objetos domésticos.

Reducir el contacto y frenar la propagación de la enfermedad.

- Pueden cerrar las escuelas y pueden aplazarse las reuniones públicas para favorecer la protección.
- Es posible que le pidan que se aísle voluntariamente de las personas que han estado expuestas durante todo el periodo de incubación de la enfermedad.
- Las personas que están enfermas deben seguir aisladas hasta después del final de la fiebre.

Organización Panamericana de la Salud
Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud

Mensajes sobre los preparativos: influenza pandémica

¿Qué puede hacer el público o un negocio para prepararse para la influenza pandémica?

Determine la repercusión que una pandemia tendría en su negocio.

- Determine la repercusión en el caso de que muchos empleados enfermen.
- Determine la repercusión desde el punto de vista de los clientes.
- Determine la repercusión sobre su inventario de productos o servicios.

Elabore un plan de emergencia para trabajar durante una pandemia.

- Capacite al personal, identifique los puestos fundamentales y ponga a prueba el plan.
- Realice la capacitación multidisciplinaria en los puestos fundamentales.
- Priorice al personal en lo que respecta a la posible vacunación (en caso de que la haya).

Establezca una red con socios externos para garantizar la continuidad de los servicios.

- Establezca sesiones de "tormenta de ideas" para reunirse y entablar debates.
- Elabore las estrategias.
- Ponga en práctica estas estrategias.

¿Qué pueden hacer las personas para prepararse para una pandemia de influenza?

- Ahora mismo, las personas pueden practicar comportamientos saludables:
  - Si fuma, absténgase.
  - Lávese las manos regularmente, cuando tosa y estornude use un pañuelo y no se toque los ojos, la nariz ni la boca con las manos.
  - Coma alimentos nutritivos.
  - Haga ejercicio.
  - Duerma lo suficiente.
  - Póngase la vacuna anual contra la influenza para protegerse de las cepas estaciónales que están circulando.
- Las familias pueden crear su propio plan de seguridad, mantener un gráfico con información médica básica de los miembros de la familia, preparar un botiquín de primeros auxilios y abastecerse de suministros de urgencia, como alimentos, medicamentos y productos de limpieza.

Mensajes: influenza pandémica

¿Por qué podría haber aislamiento voluntario?

La influenza es muy contagiosa.

- La influenza puede transmitirse a través del aire (por la tos o el estornudo) o por el contacto directo con alguien que esté infectado.
- Una persona infectada puede transmitir la influenza antes de presentar síntomas.
- Posiblemente una persona que tenga la influenza estacional es contagiosa hasta cinco días después de enfermarse.

El aislamiento puede frenar la propagación de la influenza.

- El aislamiento limita el contacto personal.
- Si se logra frenar la propagación de la influenza, los fabricantes de vacunas contarían con más tiempo para fabricar y distribuir una vacuna que fuese eficaz contra este virus. El freno de la propagación de la influenza puede tener una repercusión sobre el grado de generalización de pandemia y reducir el número de personas infectadas.

Mensajes sobre la protección: influenza pandémica

Ahora que hay un brote, ¿qué pueden hacer las personas para protegerse?

Evite el contacto íntimo con personas que estén enfermas.

- Limite la asistencia a los acontecimientos públicos.
- Tápese la boca y la nariz con la mano, la manga o un pañuelo cada vez que estornude o tosa.
- Eche el pañuelo usado a la basura.

Quédese en casa y no vaya al trabajo, a la escuela ni a hacer recados cuando esté enfermo.

- Usted puede transmitir la influenza a sus compañeros, lo que puede causar una grave escasez de personal.
- Tenga a mano una reserva de comida y de medicamentos para el alivio de los síntomas o pida a otras personas no estén enfermas que se los traigan.
- Sus amigos o las personas que le ayuden pueden dejar los suministros en su puerta, de modo que usted no los exponga a la influenza.

Lávese las manos a menudo con jabón o use un desinfectante de manos si no dispone de agua y jabón.

- La influenza puede transmitirse por contacto directo.
- El jabón o el desinfectante de manos pueden matar al virus de la influenza.
- El lavado de las manos es una manera muy eficaz de reducir la propagación de la influenza.

Organización Panamericana de la Salud
Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud

Definición de términos relacionados con la gripe*

La *Influenza porcina (gripe porcina)* es una enfermedad respiratoria de los cerdos, causada por virus de influenza tipo A que provocan brotes regulares en los cerdos. Las personas generalmente no se contagian de gripe porcina, pero las infecciones en humanos pueden suceder, y de hecho suceden.

Gripe de las aves comúnmente se utiliza para referirse a la *gripe aviaria (ver más abajo). Los virus de la gripe de las aves contagian a las aves, incluyendo los pollos, otras aves de corral y aves silvestres como los patos.*

La gripe aviaria (AI, por sus siglas en inglés) es causada por los virus de la influenza que están presentes naturalmente entre las aves silvestres. La AI de baja incidencia patógena es común en aves y ocasiona pocos trastornos. La variante H5N1, altamente patógena, es fatal para las aves de corral domésticas, puede transmitirse de aves a humanos y es fatal para los humanos. El ser humano prácticamente no tiene inmunidad contra dicha enfermedad y la disponibilidad de una vacuna es muy limitada.

Gripe pandémica es una gripe humana virulenta que causa un brote mundial, o pandémico, de enfermedades graves. Como hay poca inmunidad natural, la enfermedad puede propagarse fácilmente de persona a persona. En la actualidad, no hay gripe pandémica.

Gripe de temporada (o común) es una enfermedad respiratoria que puede ser transmitida de persona a persona. La mayoría de las personas cuentan con algo de inmunidad y hay una vacuna disponible.

**HHS*

Para más información, contacte
Bryna Brennan
Asesor Principal, Comunicación de Riesgo y Brotes
Vigilancia de la Salud y Prevención y Control de Enfermedades
OPS/OMS
brennanb@paho.org

O visite nuestro sitio de Web
http://www.paho.org/riskcomm

30 abril 2009