

Vacunación

24-30 de abril

Semana de vacunación en las Américas



Plan de comunicaciones y promoción de la causa

Semana de Vacunación en las Américas 2004

Actividades de país

Preparado por el Área de Información Pública

Organización Panamericana de la Salud (OPS)
Actualizado el 1 de abril de 2004

Resumen ejecutivo

Todos los países de las Américas se han comprometido a realizar la Semana de Vacunación en las Américas, fijada para la semana del 24 al 30 de abril de 2004. Durante esos días todos los países trabajarán unidos para inmunizar a los niños concentrándose en los que viven en zonas urbanas de difícil acceso, comunidades fronterizas aisladas, y áreas con cobertura baja. Las metas son llegar a los niños que usualmente no reciben las vacunas y a los que no recibieron todas las vacunas recomendadas.

Este año hay mucho entusiasmo gracias al éxito de la semana de vacunación de 2003, evaluada como una campaña eficaz de comunicaciones en la que 95% de las personas entrevistadas oyeron hablar de las vacunaciones a través de la televisión o la radio, aun en lejanas zonas fronterizas. En 2003, participaron 19 países y se realizaron 14 millones de inmunizaciones. Varios de los países también vacunaron a mujeres en edad fecunda. Esos resultados extraordinarios se debieron al compromiso político de los países, la coordinación interinstitucional, movilización social y el apoyo técnico de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), UNICEF, los CDC, la Federación Internacional de la Cruz Roja y las Sociedades de la Media Luna Roja, y otros.

La OPS está coordinando las actividades de 2004 con todos los países de la región para la primera Semana de Vacunación en la cual 35 naciones participarán. Las cifras preliminares muestran que alrededor de 40 millones de personas serán vacunadas, mientras que miles más en los Estados Unidos y Canadá se beneficiarán de campañas de concientización. El reto que se plantea es similar al esbozado el año pasado por la Dra. Mirta Roses Periago, Directora de la OPS, quien dijo que cada país debería fijar sus propias metas, llegar a los más vulnerables, a los más aislados. La Semana de Vacunación de las Américas es una demostración sin precedentes del panamericanismo que no debería verse como “otra campaña” sino como “otra oportunidad” para promover la importancia de las vacunaciones sistemáticas.

Para lograr el éxito de ésta y otras iniciativas de vacunación, se necesitan fuertes componentes de comunicación para divulgar las noticias sobre la campaña de vacunación, basándose en el éxito de la semana de 2003 y sentando las bases para programas de inmunización sistemáticos y constantes.

Públicos destinatarios y actividades

Informar al mayor número de personas posible acerca de las oportunidades de vacunación que habrá en abril; los principales públicos destinatarios en América del Norte, del Sur y en el Caribe son:

Periodistas de la prensa escrita y la televisión y dueños de medios de comunicación como la puerta de entrada a todos nuestros públicos importantes, a saber: madres, padres y niños, líderes indígenas y comunitarios, funcionarios gubernamentales (alcaldes, ministros de salud, servicios sociales, etc.) líderes religiosos y el público general.

Entre las actividades a nivel nacional podrían encontrarse las siguientes;

- **Sesiones informativas para los medios:** Funcionarios nacionales de salud, con apoyo de la OPS, UNICEF, y otros, reunirá a periodistas para divulgar información acerca de la Semana de Vacunación de abril y acerca de la inmunización en general. Estas sesiones informativas se realizarán desde febrero hasta abril.
- **Campaña de mercadeo social:** a partir de febrero-marzo se iniciaría una amplia campaña de mercadeo destinada a todos los públicos, que se extendería hasta marzo de 2004 y tendría por objeto crear conciencia de la importancia de la vacunación y de la Semana de Vacunación. Ella incluiría anuncios de servicio público, afiches, calcomanías y comunicados de noticias. El especial “Campeones de salud” divulgará el mensaje. La OPS y el UNICEF utilizarán todas sus oficinas de país y los comunicadores de esas oficinas para promover y defender la causa para lograr la participación de la comunidad y del sector oficial.
- **Iniciativa de los alcaldes:** Funcionarios nacionales de salud, con el apoyo de la OPS, realizarán esfuerzos para suministrar a los alcaldes información práctica que los ayudará a dar apoyo a los programas de vacunación para sus municipalidades. Las actividades podrían incluir materiales especiales para los alcaldes, un documento de los mejores métodos, y visitas de los alcaldes a los programas de vacunación. En los Estados Unidos, los CDC prepararán una proclamación especial para las comunidades de los Estados Unidos.
- **Iniciativa religiosa:** Extensión a líderes religiosos prominentes de diferentes denominaciones para explicar las estrategias de vacunación.
- **Extensión a dirigentes empresariales:** Esfuerzos especiales dirigidos a dirigentes empresariales prominentes, empresarios, filántropos, y otros para explicar las estrategias de vacunación y solicitar su apoyo.
- **Talleres comunitarios:** talleres comunitarios destinados a la población para abordar la importancia de la vacunación.

Evaluación

Los criterios específicos de medición utilizados para evaluar el progreso podrían incluir:

- Aumentar en el público general los niveles de conocimientos acerca de la necesidad de vacunación
- Número de dirigentes gubernamentales que inician nuevas medidas de vacunación
- Número de mensajes de vacunación incorporados en los medios de comunicación

- Número total de personas a las que han llegado los mensajes por medio de todas las actividades de extensión
- Número total de personas dentro de cada público destinatario a las que se ha llegado (alcaldes, dirigentes empresariales, etc.)
- Calidad de materiales y actividades
- Volumen y tipo de visitantes al sitio web

Campaña de comunicaciones/relaciones públicas y materiales previstos

Propósito y objetivo

Metas generales de la Semana de Vacunación en las Américas

- Comunicación de los beneficios de la inmunización
- Prestación de servicios de vacunación

Propósito

- Dirigirse a grupos aislados y difíciles de alcanzar
- Promover la equidad y el acceso a la vacunación
- Consolidar los esfuerzos de erradicación del sarampión
- Continuar con el plan de eliminación de la rubéola
- Fomentar la comunicación y la cooperación
- Promover el panamericanismo

Metas

- Lograr que participen todos los países de las Américas
- Lograr que las Américas sea la primera región libre del sarampión en todo el mundo
- Encabezar los esfuerzos para la celebración de una semana de vacunación mundial

Propósito a nivel de país

- Combinar los programas mundiales, estatales y locales en una iniciativa
- Poner de relieve la idea de que las enfermedades no conocen fronteras
- Sostener y mantener el éxito de los esfuerzos de eliminación del sarampión
- Promover los esfuerzos nacionales
- Promover/lanzar nuevos materiales para utilizarlos todo el año

Componentes sugeridos para la campaña

Objetivo: Aumentar los conocimientos acerca de la inmunización en todos los países de las Américas

Mensajes:

1. **La vacunación: un acto de amor (lema de la OPS)**
2. **Ámalos. Protégelos. Inmunízalos. (lema CDC)**

- La vacunación es una de las formas más importantes que los padres pueden utilizar para proteger a sus hijos de enfermedades serias.
- Hoy prevenimos más enfermedades que nunca. Y debido a esto, los padres a menudo no están al tanto de lo involucra vacunar completamente a su hijo.
- Los bebés y niños pequeños son particularmente vulnerables a contraer enfermedades infecciosas; es por esto que es primordial que sean protegidos vacunándose.
- Los padres y las personas que cuidan a niños necesitan ser responsables y vacunar a sus niños, mantenerse informados y conservar una ficha con todas las vacunas administradas a sus niños.
- La vacunación protege a las familias y comunidades. Los niños que no han sido vacunados incrementan la posibilidad de que otros contraigan enfermedades.
- La vacunación es extremadamente segura gracias a los avances de la medicina y a las investigaciones de los médicos, científicos y oficiales de salud pública.
- Los niños tienen más posibilidad de sufrir una lesión a causa de una enfermedad infecciosa seria que a través de una vacuna.

La campaña podría tener varios promotores; por lo tanto, se incluirían los logotipos de la OPS, UNICEF, gobiernos nacionales y asociados.

- Mensajes
- Identificador/Logotipo
- Materiales
- Shows de radio y televisión (inglés y español)
 - Voceros de alto nivel
 - Los voceros nacionales podrían trabajar con los medios locales
 - CNN en español dio un gran apoyo a la Semana de la salud en las Américas en 2003
 - Pedir el apoyo de personas famosas como Don Francisco, Jon Secada, Gloria Estefán, “Mónica”, etc.
- Suplementos de periódicos
- Anuncios de servicio público (La OPS obtuvo una amplia distribución de anuncios de servicio público en

radio / televisión). En 2003, no se pagaron anuncios en los medios.

Algunos productos para la campaña de comunicación:

- Afiches
- Anuncios de servicio público copatrocinados (internos)
- Cuñas por radio
- Comunicados de prensa
- Anuncios en revistas
- Planes especiales para lanzamientos e inicios de campañas con funcionarios de salud, personas famosas, y otros Campeones de Salud. Sitio en la web y vínculos
- Identificar otros asociados, tales como:
 - Sociedad Canadiense de Pediatría
 - Fabricantes de vacunas (por intermedio de la OPS)
 - Consejo Nacional de La Raza
 - Alianza Hispana
 - Univisión (acaba de comenzar la campaña “bienestar”)
 - Fundación de las Naciones Unidas
 - Asociación de las Naciones Unidas
 - Telemundo

Duración y principales logros

En proceso

Personal (por considerar)

Presupuesto (por considerar)

Descripción de actividades

1) Extensión a los medios

Propósito: Informar a los medios, incluso a los dueños de medios de la región, como la puerta para llegar a todos los públicos importantes entre ellos, madres, padres, abuelos, médicos, alcaldes, grupos comunitarios, y otros, acerca de las iniciativas locales y regionales y de los esfuerzos de mercadeo social de la vacunación.

Público: A través de los medios (impresos y electrónicos), todos los públicos clave

Objetivos:

1. Mostrar métodos ejemplares en vacunación
2. Fomentar la colaboración de los medios, la sociedad civil y las organizaciones gubernamentales en la promoción de la Semana de la Vacunación en las Américas
3. Contribuir al desarrollo de un marco de medios de comunicación para el liderazgo y el compromiso en la labor de vacunación.

Actividades:

Se han previsto dos tipos de actividades

1. Una serie de sesiones informativas sobre los programas de vacunación en cada país por líderes nacionales de salud, entre ellos por personal técnico.
2. Debates de liderazgo para autoridades y dueños de medios, quizás apoyándose en la Asociación Interamericana de Prensa.

2) Extensión a los dirigentes empresariales

Propósito: Lograr la participación de dirigentes empresariales de la región en iniciativas de vacunación, tanto locales como regionales, y en la orientación y el apoyo al plan general.

Participantes: Gente de empresas, empresarios, filántropos comprometidos del sector privado, representantes de organizaciones, sociedad civil y personal del ministerio de salud en cada país.

Objetivos:

1. Educar a los dirigentes empresariales acerca de los costos humanos y financieros de dejar de vacunar y la rentabilidad de trabajar en actividades de vacunación.
2. Mostrar métodos ejemplares, así como a trabajadores de salud en iniciativas de vacunación.
3. Fomentar las asociaciones entre el sector empresarial, otras organizaciones de la sociedad civil y de organizaciones gubernamentales en los esfuerzos multisectoriales para lograr una cobertura de vacunación alta.

4. Considerar la selección de miembros para una Junta Asesora que oriente los esfuerzos generales de vacunación en la región y ayude a planificar el financiamiento de la expansión de los programas nacionales de inmunización para incluir las vacunas nuevas.
5. Contribuir con el mercadeo social de los programas de vacunación en la región.

Eventos:

Reuniones de los dirigentes nacionales y de personal del ministerio de salud con líderes empresariales invitados para informarles sobre los programas de inmunización y solicitar su colaboración en el mercadeo social, apoyo de comunicación para los días de vacunación, y posible colaboración para la compra de vacunas.

3) Extensión a los alcaldes

Propósito: Promover el apoyo de los alcaldes y los municipios para las iniciativas de vacunación en la región.

Asociados: Buscar entre las entidades de financiamiento, otras organizaciones.

Objetivo: Suministrar a los alcaldes de la región información práctica que los ayude a apoyar programas eficaces de vacunación para sus ciudades.

4) Reuniones con grupos religiosos

Propósito: Invitar a líderes religiosos de la región a participar en iniciativas locales y regionales de vacunación y lograr su apoyo.

Participantes: Estos podrían incluir a líderes religiosos y espirituales de diferentes denominaciones, desde la Iglesia Católica hasta la Conferencia Episcopal Latinoamericana, representantes en América Latina del Congreso Judío Mundial, así como asociaciones de protestantes, menonitas y musulmanes.

Objetivos:

1. Alentar la colaboración entre las organizaciones religiosas, otros grupos de la sociedad civil y organizaciones gubernamentales en los esfuerzos multisectoriales de vacunación.
2. Considerar la selección de miembros para formar una Junta Asesora que apoye los esfuerzos generales en la región.
3. Contribuir al desarrollo de un marco filosófico y de diversas denominaciones religiosas que promueva el liderazgo y el compromiso en las labores de vacunación.
4. Sentar las bases para la creación de un Consejo Interreligioso sobre la Vacunación en las Américas.

5. Mostrar al público “los mejores métodos” regionales dirigidos por agrupaciones religiosas para promover la vacunación.

Evento:

1. Reuniones en los países con líderes religiosos y campaña para redactar cartas.

5) Sitio en la web: Semana de Vacunación OPS en las Américas

Propósito: Establecer una presencia virtual para la Semana de Vacunación en las Américas, como un esfuerzo más para suscitar interés y apoyo para promover y difundir información, además de aumentar la toma de conciencia y la transferencia de conocimientos acerca de la vacunación en todos los países de la región.

Objetivos:

1. Establecer un marco virtual para la comunicación y la coordinación de programas y actividades en curso en la región que tienen objetivos similares.
2. Promover la comprensión de prácticas ejemplares en vacunación como la intervención en salud más actualizada y más eficaz en función de los costos.
3. Suscitar el interés de los donantes, servir como un instrumento para obtener fondos y movilizar recursos en los niveles regional, nacional y local para las iniciativas nacionales de vacunación.

Contenido y características del diseño del sitio web

- Se ha previsto que la página sea un portal vinculado a otros sitios web que tratan sobre la Semana de Vacunación en las Américas. Presentaría una explicación clara y concisa de los eventos y actividades que se realizan en todos los países, así como la eficacia en función de los costos de la vacunación, un relato breve del éxito alcanzado en la eliminación de la poliomielitis y el sarampión, y hojas informativas que puedan descargarse en diferentes formatos acerca de calendarios de inmunización y vacunas. Debería incluir, de manera muy prominente, la cobertura reciente de los medios, relatos de éxitos y logros (“Las vacunas en las noticias”).

Normas para las asociaciones con empresas

Todas las relaciones deberán:

- Conservar la confianza del público general en los programas de inmunización
- Mantener o mejorar la reputación de los programas nacionales de inmunización
- Apoyar la misión de la OPS (o del correspondiente asociado o país).

Todas las empresas deberán:

- Elaborar productos de calidad (ni tabaco ni alcohol)
- No ejercer influencia ni control sobre los programas de inmunización

- Respetar las prácticas comerciales éticas
- Mantener una imagen/reputación positiva
- Llegar a los públicos destinatarios