

# Mensajes esenciales de higiene en emergencias posteriores al desastre



Organización Mundial de la Salud

En esta hoja informativa se esquematizan algunas actividades fundamentales para tratar la promoción de la higiene en emergencias posteriores al desastre.

## ¿Qué es la promoción de la higiene?

El objetivo de la promoción de la higiene es ayudar a las personas a entender y a desarrollar buenas prácticas de higiene para prevenir enfermedades, y promover actitudes positivas hacia las buenas prácticas en salud.

## Enfoque de la promoción de la higiene en emergencias

Sus objetivos al llevar a cabo la promoción de la higiene en las emergencias son:

- disminuir el comportamiento de alto riesgo en higiene, y
- sensibilizar a la población objetivo respecto al uso y mantenimiento apropiados de las instalaciones.

Este último punto es muy importante. Los esfuerzos se deben dirigir a alentar a las personas a hacer algo para proteger su salud y darle el mejor uso posible a las instalaciones y servicios prestados.



Reunión de la comunidad

**La promoción de la higiene no es simplemente cuestión de brindar información. Es más un diálogo con las comunidades sobre la higiene y los problemas relacionados de salud, para fomentar mejores prácticas de higiene.**

Para promover la higiene, usted debe llevar a cabo las siguientes actividades:

- evaluar las prácticas actuales de higiene,
- planear lo que usted necesita promocionar,
- implementar su plan,
- hacer un seguimiento y evaluar su plan

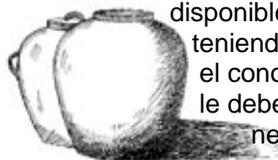
## Evalúe si las prácticas actuales de higiene son buenas y seguras

Usted debe identificar los principales riesgos del comportamiento en higiene y juzgar el éxito probable de las actividades promocionales.

Es probable que los principales riesgos sean:

- la eliminación de los excrementos;
- el uso y el mantenimiento de los inodoros;
- la falta de lavado de manos con jabón o una alternativa;
- la recolección o el almacenamiento antihigiénico del agua, y
- la preparación o el almacenamiento antihigiénico de la comida.

Establezca el orden de prioridades mediante la escogencia de los que representan el mayor riesgo para la salud. Debe considerar los recursos disponibles para la población objetivo, teniendo en cuenta el comportamiento local, el conocimiento y las normas culturales. Se le debe prestar especial atención a las necesidades de los grupos vulnerables.



## Planee las buenas prácticas de higiene que debe promover

Debe usar el entendimiento que obtenga de la evaluación anterior para planear y darle orden a las prioridades de asistencia. Déle prioridad a enfocarse en las conductas que representan los mayores riesgos para la salud. Defina un pequeño número de prácticas para cada grupo de usuarios, pues los mensajes sostenidos y repetidos que cubren un número reducido de prácticas, tienden a tener un mayor impacto que un gran número de mensajes promocionales centrados en varias prácticas. La clave es identificar las prácticas más perjudiciales en cada grupo de usuarios y enfocarse en ellas.

Implemente un programa de promoción de salud que cubra las necesidades de la comunidad y que todos entiendan.

## Implemente su plan

**Enfóquese en audiencias específicas.** Es importante que usted sepa quién es la audiencia y que dirija los mensajes a los grupos responsables de llevar a cabo la actividad a la que se le está haciendo referencia.

**Los mensajes sobre la diarrea infantil deben dirigirse a los que están involucrados en el cuidado infantil.**



Los diferentes grupos humanos distribuidos por sexo (mujeres, hombres, niños y discapacitados) deben recibir igual atención. Existen razones por las cuales esto no siempre ocurre. Por ejemplo, las mujeres cargan con la responsabilidad doméstica en la mayoría de los hogares y, como consecuencia, la mayor parte de las actividades de promoción se dirigen a las mujeres, bajo la premisa de que si entienden, aceptan y actúan según los mensajes, los resultados serán inmediatos. Por otro lado, los hombres pueden entender y aceptar los mensajes, pero no actuar de acuerdo con ellos si no están involucrados en las tareas domésticas.



**Identifique los motivos de los cambios de comportamiento.** Las personas pueden cambiar su comportamiento por razones que no están necesariamente relacionadas con beneficios posibles en salud, sino por razones que no tienen ninguna relación en absoluto.

Es importante identificar y entender las normas culturales y usar este conocimiento como base para articular los motivos del cambio.

**Algunas conductas parecen conferir cierto estatus en la comunidad y se adoptan por esta razón.**

Por ejemplo: Fátima construyó un estante para secar sus utensilios luego de ver que su vecino Zainabu, que es un profesor, tenía uno.

Una mujer puede adoptar la correcta disposición de las heces de los niños luego de ver que un trabajador de la salud lo hacía.

## Los mensajes sobre higiene deben ser positivos.

Los mensajes sobre higiene se deben presentar de una manera positiva, usando el humor cuando sea posible. A nadie le gusta que lo sermoneen: las personas son más receptivas a los mensajes positivos.

## Identifique los canales apropiados de comunicación.

Usted necesita saber la forma como prefieren recibir la información las distintas comunidades objetivo y conocer los aspectos culturales para hacerlo. ¿Escuchan radio, se informan con las conversaciones informales, usan las instalaciones de salud, dependen de las funciones religiosas, teatro, danzas, etc.? Usualmente es más efectivo usar el canal con el cual su audiencia se identifica y que percibe como confiable.

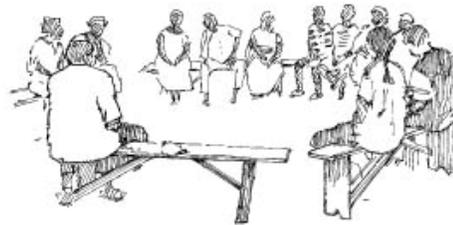


**Mezcle los canales de comunicación.** Un mensaje recibido a través de muchos canales se recuerda con mayor facilidad. Sin embargo, existen costos que se deben tener en cuenta. La radio y la televisión son menos costosas por cabeza que la comunicación persona a persona, pero esta última información tiene un mayor impacto que un mensaje impersonal recibido a través de los medios. Por esta razón, usted necesita equilibrar los costos del uso de un canal y su efectividad.

**Materiales.** Se deben diseñar de forma tal que los mensajes lleguen a los miembros analfabetas de la población. Los métodos y materiales de participación que son culturalmente apropiados ofrecen oportunidades para que los grupos planeen y hagan un seguimiento de la mejoría de su propia higiene.

**Facilitadores.** Los facilitadores son personas que ayudan a implementar su plan y trabajan con la comunidad cara a cara. Es importante seleccionar como facilitadores a las personas apropiadas, porque son el principal factor individual para el éxito de la campaña de promoción de la higiene. En

términos generales, los facilitadores se deben seleccionar entre la población objetivo. Deben ser capaces de comunicarse en la lengua local y, si es posible, ser personas respetadas dentro de la comunidad. Sería conveniente que tuvieran un estándar razonable de educación y entusiasmo para el trabajo comunitario. Deben estar enterados de las limitaciones que pueden causar que las personas no adopten las buenas prácticas.



El personal se puede reclutar entre los ancianos con mucha experiencia de vida, maestros, líderes de la comunidad, trabajadores de la salud, líderes religiosos, parteros tradicionales, etc. Aunque no existen reglas rígidas, se recomienda una proporción de un facilitador para cada 500 personas o 100 familias.



## Haga el seguimiento y evalúe el programa para ver si se están cumpliendo los objetivos

Usted necesita revisar frecuentemente el programa de promoción de higiene. Lo ideal sería que los miembros de la comunidad estén involucrados para garantizar que se atiendan los problemas más importantes para ellos.

La revisión debe evaluar los sentimientos de los miembros hacia el mensaje de higiene y si se necesita más información. Además, permite que usted obtenga retroalimentación acerca de cómo mejorar su programa.

Es una buena idea hacer que los miembros decidan la frecuencia de las revisiones. Toda la información que se obtenga durante el seguimiento y la evaluación se debe compartir con toda la comunidad y con los demás interesados.

## Mayor información

Harvey P., Baghri, S. and Reed, R.A. (2002) *Emergency Sanitation: Assessment and programme design*.  
WEDC, Loughborough University, UK.  
Howard, A.G. (2002) *Healthy Villages: A guide for communities and community health*, WHO, Geneva.

---

## Organización Mundial de la Salud

Sede OMS  
Avenue Appia 20  
1211 Ginebra 27  
Suiza

Teléfono: (+ 41 22) 791 21 11  
Fax: (+ 41 22) 791 3111  
Télex: 415 416  
Telégrafo: UNISANTE GENEVA



Esta información fue preparada por WEDC

**Autor:** Frank Odhiambo **Editor de la serie:** Bob Reed **Diseño:** Glenda McMahon **Ilustraciones:** Rod Shaw **Gráficos:** Ken Chatterton  
Water, Engineering and Development Centre, Loughborough University, Leicestershire, UK.  
Teléfono: +44 1509 222885 Fax: +44 1509 211079 E-mail: WEDC@lboro.ac.uk Web: www.lboro.ac.uk/wedc