

Noviembre 2016– Síntesis Rápida de Evidencia

## ¿Cuál es el impacto de las campañas comunicacionales para prevenir el Virus Hanta?

El Virus Hanta es una infección viral que se transmite principalmente por el contacto con roedores que se encuentran fundamentalmente en zonas rurales. Para prevenir su transmisión, una alternativa es realizar campañas comunicacionales con información relevante. Esta síntesis de evidencia tiene como objetivo estudiar el impacto de estas campañas comunicacionales en la prevención de este virus.

### Mensajes clave

- No se puede concluir sobre el impacto de las campañas comunicacionales para promover conductas de prevención del virus Hanta, porque la certeza en la evidencia es muy baja.
- Se podría considerar evaluar formalmente el impacto que las campañas comunicacionales ya realizadas han tenido sobre la conducta de la población, y la incidencia del virus en nuestro país.

Este documento se encuentra disponible en

EVIPNET Chile ([evipnet.minsal.cl](http://evipnet.minsal.cl))

### ¿Qué es una síntesis rápida de evidencia?

Es una recopilación de la evidencia disponible para evaluar la pertinencia o efectos de una intervención, que se realiza en un plazo **no mayor a 20 días hábiles**



#### Este resumen incluye:

- **Introducción:** Contextualización del problema.
- **Principales hallazgos:** Evidencia que aporta argumentos para la toma de decisiones.
- **Consideraciones de Implementación:** Elementos a considerar para la formulación de la política pública.



#### No incluye:

- Recomendaciones explícitas para detallar el desarrollo de una política pública
- Datos de la realidad local de Chile en el tema abordado
- Lista de stakeholders involucrados en el tema en cuestión
- Análisis detallado sobre experiencias internacionales y legislación comparada.

### Se utiliza 1 estudio primario

### Tiempo utilizado para preparar esta síntesis:

**10 días hábiles**

### ¿Quién solicitó este resumen?

Esta síntesis fue solicitada por el **Subsecretario de Salud Pública**, del Ministerio de Salud de Chile.

# Introducción

El Virus Hanta es una infección viral que produce fiebres hemorrágicas, y síndrome renal y pulmonar. Su principal vía de transmisión se lleva a cabo desde roedores a humanos, por lo que es considerada una enfermedad zoonótica (1).

Si bien la presencia de este tipo de roedor se encuentra a lo largo de todo el mundo, los casos de Virus Hanta se concentran principalmente en zonas rurales, donde la población tiene un mayor contacto con este roedor.

Una de las formas para prevenir el contagio con este virus consiste en transmitir a la población información para tomar precauciones a la hora de estar expuestos en zonas de riesgo. De esta forma, en Chile durante los últimos años se han desarrollado numerosas campañas que tienen como objetivo transmitir mensajes de prevención a la población.

En este contexto, la Subsecretaría de Salud Pública desea conocer el impacto que este tipo de campañas tendría sobre la prevención del Virus Hanta en nuestro país. Para esto, se ha solicitado una síntesis rápida de evidencia que permita encontrar literatura que permita abordar esta pregunta.

## ¿Para quién es este resumen?

Personas tomando decisiones sobre el diseño e implementación de políticas públicas relacionadas al desarrollo de campañas comunicacionales para la prevención de enfermedades zoonóticas.

## ¿Cómo fue preparado este resumen?

Utilizando palabras clave como “virus Hanta” y “campañas comunicacionales” se buscó en las bases de datos Epistemonikos, Health Systems Evidence, Health Evidence, la Biblioteca Cochrane y PubMed con el objetivo de identificar revisiones sistemáticas del tema que abordaran la pregunta formulada. Al no encontrarse, se buscaron estudios primarios en PubMed y CENTRAL. Los resultados de la búsqueda se presentan en los hallazgos del presente documento.

## Objetivo de esta síntesis

Informar la toma de decisiones respecto del impacto de las campañas comunicacionales para prevenir el virus Hanta en la población. Se presentan los principales hallazgos encontrados en la evidencia recopilada, además de algunas consideraciones sobre la implementación de programas asociados que abordaran este tema.

# Resumen de Hallazgos

Esta síntesis busca conocer el efecto de las campañas comunicacionales para prevenir el Virus Hanta en la población. Se compara contra el escenario de no contar con este tipo de campañas.

Consultando con expertos en el área, se decidió excluir todos los artículos que contemplaran campañas comunicacionales para otro tipo de enfermedades.

Al realizar la búsqueda, los títulos y resúmenes fueron seleccionados por dos revisores independientes, discutiendo cada uno de los disensos encontrados. No se encontraron revisiones sistemáticas que respondieran a la pregunta formulada. Luego, un único revisor buscó estudios primarios que abordaran la pregunta de investigación. Seleccionando títulos y resúmenes se seleccionaron 2 artículos, 1 de los cuales fue descartado al leer el contenido.

De esta forma, **se utilizó 1 estudio primario** publicado el año 1997 que comparaba distintos medios de comunicación para entregar los mensajes relacionados a la prevención de virus Hanta

Los hallazgos aquí presentados fueron separados de acuerdo a cada desenlace reportado. Cada hallazgo contiene una tabla resumen con los resultados, mostrando la calidad de cada uno de los desenlaces encontrados, de acuerdo al sistema GRADE (ver recuadro).

## Hallazgo 1

→ **No se puede concluir sobre el impacto de las campañas comunicacionales para promover conductas de prevención del virus Hanta. La certeza en la evidencia es muy baja.**

Un estudio transversal (encuesta a 740 personas en el estado de Alberta, Canadá) evaluó la opinión de las personas en cuanto al mejor medio de comunicación para transmitir información de prevención del Virus Hanta (2).

Pese a que el estudio tuvo como objetivo evaluar la efectividad de una línea de llamados para otorgar información, se reportó información de medios como la televisión, diario y radio.

Sin embargo, al ser un estudio observacional y presentar alto riesgo de sesgo (según lo reportado en una revisión sistemática(3)), la calidad de la evidencia presentada es muy baja.

De todos modos, el estudio reporta que el 30% de los encuestados considera la televisión como el mejor medio de comunicación para transmitir información sobre la prevención del virus Hanta, mientras que un 21% y 3% considera a los diarios, y la radio, respectivamente.

Por último, otro estudio que no fue incorporado estudió el conocimiento y el cambio de comportamiento de la población en Chile, Panamá y EEUU en cuanto al virus Hanta. Si bien el estudio muestra algunos datos descriptivos, no fue posible asociar los resultados reportados a las campañas comunicacionales realizadas (4).

### Sobre la certeza de la evidencia (GRADE)

⊕⊕⊕⊕

**Alta:** Esta investigación entrega una muy buena indicación del efecto probable. La probabilidad de que el efecto será sustancialmente diferente es baja

⊕⊕⊕○

**Moderada:** Esta investigación entrega una buena indicación del efecto probable. La probabilidad de que el efecto será sustancialmente diferente es moderada.

⊕⊕○○

**Baja:** Esta investigación entrega una alguna indicación del efecto probable. Sin embargo, la probabilidad de que el efecto será sustancialmente diferente es alta.

⊕○○○

**Muy baja:** Esta investigación no entrega una indicación confiable del efecto probable. La probabilidad de que el efecto será sustancialmente diferente es muy alta.

---

# Consideraciones de Implementación

## Consideraciones de Aplicabilidad

El estudio incluido en esta síntesis de evidencia fue realizado en Canadá. Es necesario considerar que los resultados aquí mostrados podrían cambiar al evaluar este factor en Chile, debido a las diferencias de las condiciones ambientales y el nivel educacional de la población.

## Consideraciones de Monitoreo y Evaluación

Es recomendable monitorear la publicación de nueva evidencia que permitiera evaluar el impacto de las campañas comunicacionales para prevenir el Virus Hanta.

Como complemento a esta síntesis de evidencia, se podría considerar la realización de una evaluación formal del impacto de las campañas comunicacionales sobre la conducta de la población.

---

# Información Adicional

## Citación sugerida

C. Mansilla, R. De Feria. ¿Cuál es el impacto de las campañas comunicacionales para prevenir el Virus Hanta? Noviembre 2016. EVIPNet Chile; Ministerio de Salud, Gobierno de Chile.

## Palabras Clave

Hanta virus; Puumala virus; Dobrava–Belgrade virus; Andes virus; Sin Nombre virus; prevention; Communication campaign; Rapid evidence synthesis.

## Referencias

1. World Health Organization. International travel and health [Internet]. 2016. Available from: <http://www.who.int/ith/diseases/hantavirus/en/>
2. Predy G, Carney B, Edwards J. Effectiveness of recorded messages to communicate the risk of acquiring hantavirus pulmonary syndrome. *Can J Public Heal.* 1997;88(4):275–6.
3. Fitzpatrick–Lewis D, Yost J, Ciliska D, Krishnaratne S. Communication about environmental health risks: a systematic review. *Environ Health [Internet].* 2010 Nov 1;9:67. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21040529>
4. McConnell MS. Hantavirus Public Health outreach effectiveness in three populations: an overview of northwestern New Mexico, Los Santos Panama, and Region IX Chile. *Viruses [Internet].* 2014 Feb 27;6(3):986–1003. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24584027>