

## Meilleures Pratiques Pour Zéro Lèpre

**Meilleure pratique:** Campagnes médiatiques de sensibilisation à la lèpre

### Subtema Sous-thèmes

- Détection précoce et traitement rapide
- Réduction de la stigmatisation, de la discrimination et de l'exclusion

### Public cible(s)

- Formateurs
- Personnel de santé
- Personnes touchées par la lèpre
- D'autres partenaires tels que les ONG NTD

### Contributeurs

Organisations contributrices : MORHAN (Mouvement pour la réintégration des personnes touchées par la lèpre); Ministère de la Santé, Brésil ; et DAHW-Brézil (Aide allemande contre la lèpre et la tuberculose)

### Messages clés

Les campagnes médiatiques de différents types peuvent être utiles et ont été utiles pour partager des informations sur les symptômes, le traitement et la guérison de la lèpre. La télévision, le cinéma, les médias, les panneaux d'affichage, les affiches, etc., ont un grand potentiel pour réduire la stigmatisation au sein du grand public et encourager les gens à rechercher un traitement précoce. Étant donné que ces types d'approches médiatiques peuvent également perpétuer la stigmatisation ou créer des malentendus, les messages doivent être soigneusement élaborés et testés avant d'être largement utilisés.

### Informateur clé / Date de soumission

C.Université d'État de Géorgie blanche, États-Unis, décembre 2019

### Description des meilleures pratiques

#### Introduction

Le marketing de santé publique a été utilisé avec beaucoup d'efficacité dans de nombreux pays. Je décris ici plusieurs campagnes médiatiques de sensibilisation à la lèpre qui ont été utilisées par des ONG et le ministère de la Santé au Brésil. J'inclurai des exemples de quelques campagnes médiatiques menées au Brésil au cours des 20 dernières années.

#### Objectifs et méthodologie

Au milieu des années 1990 au Brésil, des représentants de l'ONG MORHAN ont noté que certaines des affiches qui étaient utilisés pour l'éducation sur la lèpre, en particulier ceux avec des photos des visages des personnes "avant MDT" et "après MDT", généraient de la peur et amenaient parfois les gens à éviter de demander un diagnostic lèpre. Les campagnes se sont développées à la fin des années 1990 et dans les années du 21ème siècle, elles se sont concentrés

## Meilleures Pratiques Pour Zéro Lèpre

sur des choses plus positives.

Comme des messages, symptômes précoces et curabilité avec détection précoce. Les objectifs comprennent à la fois la réduction de la stigmatisation chez les personnes touchées par la maladie, ce qui les encouragerait également à rechercher un traitement, et la réduction de la stigmatisation dans le grand public.

### Mise en oeuvre de la pratique

Depuis la fin des années 1990, le ministère brésilien de la Santé, parfois en collaboration avec des ONG comme MORHAN, a parrainé la production d'affiches sur la lèpre qui représentent des personnes qui n'ont pas de séquelles visibles de la maladie et qui sourient. Le message d'une série d'affiches était : "Você diria que eu tive hanseníase ?" (Croiriez-vous que j'ai la lèpre ?), comme une indication qu'avec la lèpre, votre vie n'a pas à changer (1, 2). Ces affiches ont été distribuées aux postes de santé et sur des messages dans les transports publics.

Au cours des deux dernières décennies, MORHAN a également recruté un certain nombre de célébrités pour être porte-parole de l'éducation sur la lèpre. L'actrice Solange Couto, une porte-parole qui a ressenti un lien avec les personnes touchées par la maladie grâce à ses propres expériences de prise de prednisone, a pu faire participer des scénaristes à la populaire telenovela *Le clone* pour discuter de la lèpre dans un épisode de la série. Plusieurs autres artistes bien connus se sont également affiliés à MORHAN (2).

Le ministère de la Santé du Brésil a également produit des brochures et des vidéos axées sur la détection précoce et sur la détection des symptômes. À titre d'exemple, dans une vidéo, un homme se blesse en travaillant sur une voiture mais la blessure ne fait pas mal et dans un livret, un enfant remarque qu'une femme s'est brûlée en cuisinant mais ne ressent pas de douleur de la brûlure. Des documents récents qui ont été développés favorisent également l'inclusion, montrant des personnes prenant du MDT et serrant dans leurs bras les membres de leur famille (3).

DAHW-Brasil maintient actuellement une forte présence sur les réseaux sociaux, avec des comptes Facebook, Instagram et Youtube ainsi que des entrées de blog invitées de personnes touchées par la lèpre, de professionnels de la santé et de chercheurs (4).

### Résultats—Produits et Retombées

Il est difficile d'évaluer l'efficacité des campagnes médiatiques auprès du grand public, mais certaines études ont examiné comment des documents spécifiques liés à l'éducation sur la lèpre sont reçus et compris par différents groupes, tels que les écoliers (5) et les professionnels de la santé (6).

### Leçons apprises

Il y a aussi des campagnes médiatiques connues pour être infructueuses ou problématiques au Brésil, comme celles qui montrent les photos de personnes atteintes de lèpre multibacillaire

## Meilleures Pratiques Pour Zéro Lèpre

avancée avant le traitement. Celles-ci ont été abandonnées au profit de campagnes avec des images plus positives ou des images de symptômes précoces, comme une tache dépigmentée sur la peau. Cela est important pour de nombreuses organisations qui continuent d'utiliser des photos de personnes atteintes de maladies graves, de handicaps tels que des photos de mains ou de pieds présentant de graves lésions nerveuses ou une résorption osseuse. Ces images, bien qu'elles puissent représenter une réalité pour certaines personnes touchées par la lèpre, ils ont tendance à générer la peur et peut empêcher les gens à se faire soigner.

### Répliquabilité et évolutivité

Les campagnes médiatiques sont une pratique hautement reproductible, mais certains types peuvent dépendre de partenariats entre les ONG, le gouvernement et les médias. Les campagnes sur les réseaux sociaux sont peut-être les activités de santé publique les plus efficaces et les moins dépendantes des ressources aujourd'hui et à l'avenir. Le Brésil représente l'un des plus grands marchés Internet au monde et, même dans de nombreuses communautés à faible revenu et zones rurales, les gens ont accès à des sites de médias sociaux comme WhatsApp, Facebook, Twitter et Instagram. Au Brésil, la chaîne de télévision Globo touche la quasi-totalité de la population du pays. D'autres pays pourraient profiter d'un engagement similaire avec les médias sociaux ainsi qu'avec des industries cinématographiques influentes (par exemple, Nollywood/Nigéria, Bollywood/Inde).

### Conclusions

Les campagnes médiatiques ont un grand potentiel de réduction de la stigmatisation si elles sont conçues en pensant à la ou aux population(s) cibles. Les groupes de discussion peuvent être un outil utile pour évaluer comment différentes images ou messages seront compris ou perçus. Le recrutement de célébrités nationales peut également avoir un impact en termes de sensibilisation et de réduction de la stigmatisation liée à la lèpre.

### Références / Lectures complémentaires

1. Kelly-Santos A, Monteiro S, Rozemberg B. Significados e usos de materiais educativos sobre hanseníase segundo profissionais de saúde pública do Município do Rio de Janeiro, Brasil. *Cadernos de Saúde Pública* 2009;25:857-867.
2. Blanc C. Un remède incertain : vivre avec la lèpre à Rio de Janeiro. Nouveau-Brunswick, New Jersey : Presses universitaires Rutgers, 2009.
3. Ministère de la Santé, Brésil. Hanseníase : o que é, causas, sintomas, tratamento, diagnóstico e prevenção. 2017. Disponible sur <http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/hansenia>
4. Blog DAHW. Disponible sur <https://www.dahw.org.br/blog/>.
5. Cabello KSA, Moraes MO. Éducation et divulgation de la science de la santé : histoires sur les quadinhos para o Ensino da doença (Éducation et communication scientifique sur la lèpre : bandes dessinées augmentant la sensibilisation à la maladie). 2005. Disponible sur : [http://abrapecnet.org.br/atas\\_enpec/venpec/conteudo/artigos/1/pdf/p595.pdf](http://abrapecnet.org.br/atas_enpec/venpec/conteudo/artigos/1/pdf/p595.pdf) matériel éducatif pour les professionnels et les utilisateurs du Sistema Único de Saúde, pas de município do Rio de