

Conoce las señales de alerta de la diabetes infantil: Día Mundial de la Diabetes 2008

Francine Kaufman y Phil Riley



día mundial de la diabetes

La Federación Internacional de Diabetes y sus asociaciones miembro dirigen la campaña del Día Mundial de la Diabetes. Es una colaboración en la que participan múltiples partes interesadas, entre las cuales se encuentran las asociaciones de diabetes y sus miembros de todo el mundo y los Colaboradores Oficiales del Día Mundial de la Diabetes. Cada campaña se centra en un tema que viene definido por el Comité Ejecutivo de la FID y es aprobado por la Organización Mundial de la Salud. Este año será testigo de la segunda mitad de una campaña de 24 meses que se centra en la diabetes en niños y adolescentes. El principal eslogan de la campaña es “Conoce las señales de alerta”. Los mensajes clave de la campaña son: “Ningún niño debería morir de diabetes”, “La diabetes es distinta para los niños” y “La diabetes afecta a niños de todas las edades”. Francine Kaufman y Phil Riley nos hablan del tema.

La diabetes tipo 1 y tipo 2 está en aumento entre los jóvenes de todo el mundo. La diabetes tipo 1 aumenta a un ritmo del 3% anual en niños, y a un 5% entre los niños de edad preescolar. Cada día, más de 200 niños de todo el mundo desarrollan diabetes. Para la mayoría de ellos, es el accidente geográfico y el entorno socioeconómico en donde nació lo que, en enorme medida, determina su salud

futura. La diabetes tipo 2 está en aumento en niños y adolescentes. La falta de opciones de estilo de vida y la mala nutrición significan que la generación actual de jóvenes está creciendo con un riesgo que incrementa sin cesar de desarrollar la afección. De hecho, en algunos países, la diabetes tipo 2 se ha vuelto más prevalente que la diabetes tipo 1 entre niños y adolescentes.

Ningún niño debería morir de diabetes

En todo el mundo en vías de desarrollo, muchos niños con diabetes sufren porque la insulina y otros suministros diabéticos no están a su alcance o no se encuentran en el mercado. Muchos niños mueren al poco tiempo del diagnóstico, otros afrontan la carga de las complicaciones cuando aún son jóvenes. Este año, la FID quiere establecer el derecho de todos los niños con diabetes a una atención con un estándar mínimo, de modo que se garantice su salud y bienestar en la edad adulta.

Como respuesta a las circunstancias extremas que afrontan los niños con diabetes tipo 1 en países de ingresos medios y bajos, la FID, en colaboración con Diabetes Australia-NSW y HOPE worldwide, creó un programa de ayudas, Life for a Child, para ofrecer suministros y tratamiento a niños que vivan en los lugares de máxima necesidad. En la actualidad, este programa apadrina a casi 1.000 niños. Uno de los principales objetivos de la campaña del Día Mundial de la Diabetes del presente año es expandir el programa.

La campaña del Día Mundial de la Diabetes afirma el derecho de todos los niños a una atención médica básica.



El programa de la FID Life for a Child trabaja con centros reconocidos de diabetes en más de una docena de países en vías de desarrollo para ofrecer el apoyo clínico y la educación diabética que los niños a su cuidado necesitan para seguir vivos. Las vías de financiación y los resultados sanitarios de los niños se monitorizan estrechamente mediante la respuesta integral clínica y económica que ofrecen dichos centros.

El Programa quiere aumentar la concienciación sobre la situación apremiante de los niños con diabetes en los países en donde está presente, y anima a los gobiernos a establecer la atención apropiada para salvaguardar el futuro de los niños que tienen la enfermedad. Cuenta con el apoyo de donativos procedentes de personas, organizaciones de diabetes, Rotary International y compañías del sector privado que trabajan en la diabetes. También hay fondos procedentes de la FID mediante la venta de productos del Día Mundial de la Diabetes. La mayoría de los donantes individuales contribuye con una cantidad equivalente a 1 USD al día.

Evitar la CAD

A nivel mundial, los niños con diabetes se ven amenazados por la falta de acceso a atención sanitaria, la inadecuación de los suministros y la falta de profesionales sanitarios preparados. Como resultado, el diagnóstico de diabetes se suele ver retrasado y hay niños que mueren innecesariamente, incluso en el mundo desarrollado. Esto se debe a que muchas personas no entienden o no creen que la diabetes pueda darse en bebés, niños en edad preescolar o niños que ya van a la escuela. No es fácil reconocer un aumento de la sed y la micción en niños que llevan pañal, que aún están siendo amamantados o que toman biberón, o que pasan gran parte del día en la escuela o la guardería.

En muchos casos trágicos, a los niños con cetoacidosis diabética (CAD) se les diagnostica erróneamente una gripe, y caen en coma o mueren antes de que se trate su diabetes. En los EEUU, por ejemplo, los índices de CAD en el momento del diagnóstico de diabetes siguen estando entre el 25% y el 40% de los casos. Los jóvenes con diabetes tipo 2 suelen ver retrasado también su diagnóstico. Informes recientes de los EEUU han descrito que un pequeño porcentaje de jóvenes con diabetes tipo 2 murió por coma hiperosmolar.

En colaboración con la Sociedad Internacional para la Diabetes en la Infancia y la Adolescencia (ISPAD), la FID está realizando una campaña para aumentar la concienciación sobre la diabetes infantil a fin de reducir la incidencia de CAD y coma hiperosmolar. Parte del impulso de esta iniciativa procede del éxito de una campaña llevada a cabo en Parma (Italia) entre 1991 y 1998. Una campaña de información que se promovió en escuelas y clínicas, y que se centraba en las micciones nocturnas, algo que el 89% de los padres de niños con diabetes de la región reconoció como primer síntoma de la diabetes. Colocando panfletos y carteles por las escuelas, guarderías y clínicas pediátricas, el índice de CAD se redujo desde un 78% en el momento del diagnóstico hasta el 12,8% a lo largo del período de 8 años que duró el programa. Hoy día, con los carteles aún en el mismo sitio, los índices de CAD siguen siendo bajos. (Encontrará un informe detallado de la experiencia de Parma en el artículo de Maurizio Vanelli en el número especial de 2007 de Diabetes Voice sobre diabetes en jóvenes; y en el artículo del mismo autor en este número, que nos actualiza sobre la iniciativa de Parma.)

La FID reunió recientemente a un grupo de expertos internacionales para desarrollar

una “caja de herramientas contra la diabetes”, que contiene carteles y panfletos que informan sobre las señales y los síntomas de diabetes en bebés, niños y jóvenes. Éstos se pueden utilizar en todo el mundo, en escuelas y centros de salud, y a través de los medios.

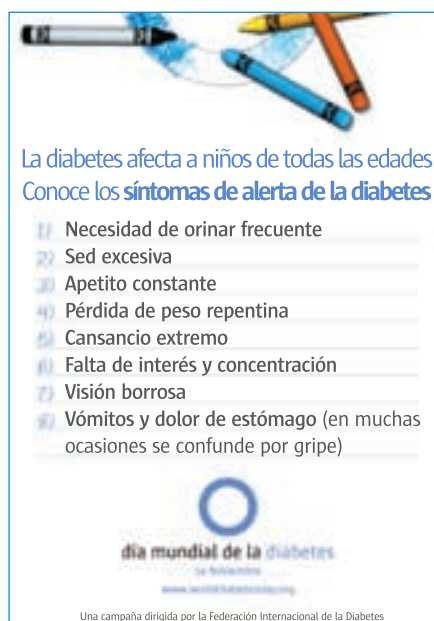
Día Mundial de la Diabetes 2007

El año pasado, la pronta aprobación de la Resolución de la ONU sobre la diabetes tuvo como resultado la necesidad de ampliar los mensajes clave más allá del tema de la infancia, incorporando mensajes dirigidos al aumento de concienciación acerca de la Resolución.

Por primera vez, la FID utilizó la venta de artículos para apoyar los objetivos de la campaña; más de medio millón de insignias con el círculo de la diabetes se han distribuido durante los últimos dos años. A partir de enero de 2007, un porcentaje de cualquier ingreso procedente de las ventas se ha donado a Life for a Child. El primer intento notable de ampliar la gama de artículos del Día Mundial de la Diabetes más allá de la insignia fue la fabricación de lápices de colores, escogidos por su relación con el tema del Día Mundial de la Diabetes. Hasta la fecha, se han vendido más de 52.000 cajas.

Un elemento de enorme éxito durante la campaña del Día Mundial de la Diabetes de 2007 fue el desarrollo de tres convocatorias principales de acción:

- promover la acción política mediante la señalización de proclamaciones y declaraciones
- conseguir que la comunidad se involucre en las acciones, promoviendo actividades como marchas a pie o en bicicleta
- impulsar la exposición de los medios a la diabetes pidiendo a la gente que ilumine monumentos insignia en azul.



Gracias a la labor de las organizaciones de diabetes y al compromiso de individuos de todo el mundo, las convocatorias de acción tuvieron un enorme éxito: se confirmaron 159 proclamaciones, 31.598 participantes se inscribieron en las marchas y 279 monumentos insignia se iluminaron en azul.

El Día Mundial de la Diabetes fue todo un éxito entre los medios de comunicación de todo el mundo. La cobertura de este día penetró a través de gran parte de los medios: prensa, radio, TV, Internet. Este éxito se puede atribuir en gran medida a las convocatorias de acción, que ofrecieron una imagen y un mensaje que difundir. Se calcula que gracias a los medios se llegó a más de 1,2 mil millones de personas.

El sitio web del Día Mundial de la Diabetes (www.worlddiabetesday.org) recibió a más de 100.000 visitantes durante el período cercano al Día Mundial de la Diabetes. Se colgaron más de 900 fotos en la página y se enviaron 18 vídeos a través de la página de red online, YouTube. Se distribuyeron banners por toda la red y se registraron más de un millón de vistas de los mismos.

Día Mundial de la Diabetes 2008: la campaña de un vistazo

Convocatorias de acción

Para la campaña del Día Mundial de la Diabetes 2008 llamamos una vez más a la comunidad diabética mundial a que ilumine monumentos insignia de todo el mundo. Queremos animar a que se iluminen en azul más de 500 monumentos y edificios insignia. Este año esperamos poder animar a las escuelas a que participen, y a las personas a que iluminen su propia casa, o a que de algún otro modo participen con actos personales de iluminación. Esperamos que, al avisar este año con mucho más tiempo, será más fácil organizar un evento en torno a la iluminación para añadir contexto al evento. Online, trabajamos en un concepto de luz virtual en apoyo del Día Mundial de la Diabetes.

Otra convocatoria de acción será promover la señalización de declaraciones en apoyo de los derechos de los niños con diabetes. También promoveremos la acción de las comunidades para marcar este día. Al igual que en años anteriores, promoveremos actividades como marchas, carreras divertidas o paseos en bicicleta. El objetivo es, una vez más, llegar a mil millones de personas a través de los medios.

Los principales objetivos de la campaña de 2008 son:

- aumentar la concienciación sobre las señales de aviso de la diabetes
- promover iniciativas para reducir la cetoacidosis diabética y distribuir materiales que apoyen dichas iniciativas
- atraer suficientes recursos para el Programa de la FID Life for a Child con el fin de ayudar a otros 500 niños más para finales de 2009
- promover un estilo de vida sano para ayudar a prevenir la diabetes tipo 2 en niños

- llegar a más de mil millones de personas con mensajes de concienciación relacionados con la diabetes.

Compartir la experiencia online

El Día Mundial de la Diabetes involucra a las personas con diabetes y a las personas que corren el riesgo de desarrollarla en todo el mundo. Está dirigido a quienes estén en posición de conseguir mejoras en la atención sanitaria y la prevención de la diabetes, así como a quienes están en posición de financiar la atención diabética. Ofrece una oportunidad singular para que las personas con diabetes, los profesionales sanitarios y los políticos trabajen unidos para aumentar la concienciación mundial sobre la diabetes y defiendan el cambio. El sitio web del Día Mundial de la Diabetes, un lugar online para compartir nuestras experiencias del Día mundial de la Diabetes, estará disponible en español, francés e inglés. Por favor, visite el sitio y comparta información sobre sus actividades.

Este año se celebra el fin de un esfuerzo de dos años de duración por llamar la atención sobre los aspectos singulares de la diabetes en niños. Se ha subrayado que un niño que tenga acceso a atención médica y suministros, y que cuente con la ayuda de su familia y su comunidad, puede crecer y participar plenamente en todos los aspectos de la sociedad.

Francine Kaufman y Phil Riley

Francine Kaufman es presidenta de la Sección Consultiva de la FID sobre Diabetes en la Infancia y la Adolescencia. Es catedrática de Pediatría en la Facultad de Medicina Keck, de la Universidad de California del Sur y coordinadora del Centro de Diabetes Endocrinología y Metabolismo del Hospital Infantil de Los Ángeles, en California (EEUU).

Phil Riley es jefe de comunicaciones de la FID.