

Sanitarista indica métodos de prevenção

07-Fev-2020

De acordo com especialista, este é o segundo subtipo do vírus e medidas de prevenção são higienização das mãos e evitar aglomerações

Apesar de ter provocado receio coletivo em toda a população mundial, é preciso ter calma ao se falar sobre o coronavírus, para não causar medo desnecessário. O alerta vem do médico sanitarista Dr. Alexandre Chieppe, especialista em saúde coletiva e diretor da MedLevensohn.

De acordo com o Dr. Chieppe, trata-se de um vírus respiratório conhecido há alguns anos. “Este subtipo atual é novo e está associado a casos de pneumonia e insuficiência respiratória”, diz o médico.

Mesmo com milhares de pessoas chegando ao Brasil diariamente, ele explica que não há motivos para histeria. “Risco sempre vai existir, porque o vírus se espalha com o contato humano e é praticamente impossível restringi-lo a um único local”, afirma. A comunicação de risco é importante para que os países fiquem atentos.

Na terça-feira, 28/1, o Ministério da Saúde aumentou o nível de alerta no País, subindo do 1 para o 2, em uma escala que vai até três. De acordo com o Governo Federal, o Brasil é classificado como tendo perigo iminente de entrada do vírus. Nove casos são estudados como suspeitos.

Para o Dr. Chieppe, ainda não é possível dizer qual é o grau de letalidade do coronavírus, pois a doença causada por ele é muito recente. Os sintomas envolvem febre, tosse e secreção, podendo evoluir para pneumonia ou encefalite viral. A transmissão é de pessoa para pessoa, através do contato com secreção expelida em tosses e espirros, pelo ar, ou contato com superfícies contaminadas pela secreção.

“Em caso de surto, o que podemos fazer é lavar as mãos com frequência e evitar o contato com pessoas doentes, como em aglomerações, assim como em outros surtos virais”, afirma o médico. As medidas para se evitar a disseminação da doença envolvem vigilância de viajantes vindos de lugares onde o surto já ocorreu e identificação precoce de casos. Não há restrição para viagens e comércio.

Fonte: Ricardo Viveiros & Associados — Oficina de Comunicação