

Integración de los mensajes sobre paludismo y mosquiteros tratados con insecticida y los mensajes sobre COVID-19 en un único mensaje

versión del 2 de septiembre de 2020

No olvide aplicar las medidas de prevención de la COVID-19 siguientes:¹

- mantenga una distancia de al menos un metro con las otras personas, excepto con los familiares directos o las personas con las que convive;
- límpiense o lávese las manos con regularidad y de forma meticulosa con un desinfectante para las manos a base de alcohol, o con agua y jabón; la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda lavar a menudo las manos con agua y jabón durante 20 segundos, como mínimo; si no tiene jabón o desinfectante, frótese las manos enérgicamente con cenizas de madera;
- evite los lugares muy concurridos;
- evite tocarse los ojos, la nariz o la boca;
- adopte medidas de higiene respiratoria: tosa o estornude en la parte del brazo opuesta al codo, o en un pañuelo de papel que desechará inmediatamente después de usarlo² y se lavará las manos;
- en caso de síntomas respiratorios, quédese en casa y no vaya a trabajar;
- utilice y deseche correctamente todo el material que reciba para prevenir la transmisión de la COVID-19; siga las directrices del gobierno nacional o de la OMS para la eliminación de ese tipo de material;
- observe todas las medidas aquí descritas, incluso si utiliza material de protección;
- manténgase al día de las últimas directrices o reglamentos publicados por el gobierno nacional y la OMS.

Documentos básicos de la Alianza para la prevención del paludismo:

Key guidance for distribution of insecticide-treated nets (mosquiteros tratados con insecticida) during COVID-19 transmission y

Consideraciones para la distribución de mosquiteros tratados con insecticida en países afectados por la COVID-19

<https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>

Habida cuenta de la pandemia de COVID-19, muchos programas nacionales sobre paludismo adaptan, unos tras otros, las estrategias que aplican en la realización de grandes campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida (o MTN), en consonancia con las medidas nacionales y de la OMS destinadas a la prevención de la COVID-19. Por consiguiente, es necesario adaptar también muchas actividades de comunicación sobre el cambio social y de comportamiento de la campaña, como las relativas a la planificación a gran escala, la supervisión y el seguimiento y las actividades después de la distribución.

Una adaptación que es necesario considerar cuando se planifica la comunicación sobre el cambio social y de comportamiento es la integración de los mensajes sobre la COVID-19 en los mensajes generales de la campaña. En las tablas que figuran a continuación, se destacan las ventajas y los inconvenientes de recurrir a un mensaje integrado/a un único mensaje sobre los dos temas en diferentes actividades de comunicación sobre el cambio social y de comportamiento. Se recomienda al subcomité para el cambio social y de comportamiento consultar esas tablas para fundamentar las decisiones que adopte en relación con los mensajes integrados en

¹ <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

² Se seguirán las directrices del gobierno nacional y de la OMS sobre la eliminación de desechos. Se eliminarán los desechos de forma apropiada para evitar que permanezcan en el entorno y evitar el riesgo de que infecten a otras personas. Véase también Organización Mundial de la Salud. (2020). Agua, saneamiento, higiene y gestión de desechos en relación con el SARS-CoV-2, el virus causante de la COVID-19: orientaciones provisionales, 29 de julio de 2020. Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/333807>. License: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

un contexto específico. Cada tabla contiene sugerencias sobre lo que podría hacerse. Asimismo, se alienta al subcomité a examinar las ventajas y los inconvenientes de otras actividades que no figuran en las tablas, pero que formen parte de la planificación en el contexto específico del respectivo país.

En las decisiones que se tomen sobre la difusión de mensajes integrados, se tendrán en cuenta los elementos siguientes:

- elección de medios óptimos para difundir los mensajes integrados sobre la base de un análisis de la audiencia destinataria y de sus fuentes de información;³
- capacidad del personal de la campaña de diferentes niveles de desempeñarse en la comunicación en salud (por ejemplo, saber si es mejor solicitar los servicios de trabajadores de salud comunitarios ya capacitados en la prestación de servicios de comunicación en salud, o contratar a miembros de la comunidad para estos fines específicos);
- tiempo asignado a la capacitación, las reuniones o las sesiones de orientación (cuando se deben tomar medidas de prevención de la COVID 19, se reduce el tiempo destinado a la capacitación y se debe evitar un exceso de información; además, es posible que el cambio social y de comportamiento no figure entre las prioridades de la agenda de capacitación por lo que se refiere a la asignación de tiempo);
- consideración de la ventaja de compartir gastos por concepto de materiales, reuniones, emisiones, etc., con el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19;
- habida cuenta de que la COVID-19 es actualmente uno de los problemas sanitarios más graves del mundo, los hogares estarán probablemente más alertas y a la escucha de mensajes relacionados con esta enfermedad. Un enlace entre COVID-19 y paludismo podría hacer que los hogares tengan más consciencia de los peligros del paludismo y de otras cuestiones sanitarias en general y se sientan concernidos por ellos;
- necesidad de que los hogares sepan lo que deben hacer con los mosquiteros tratados con insecticida utilizados por las personas de las que se sospecha o se confirma que tienen COVID-19 o que han muerto a causa de esta enfermedad; en este caso, es necesario elaborar un mensaje integrado, pero que puede difundirse de manera independiente (y en una etapa posterior) de los mensajes sobre la distribución de mosquiteros tratados con insecticida, a fin de evitar el exceso de información, rumores y escasa utilización de los mosquiteros tratados con insecticida.

En el caso de que se opte por mensajes integrados, también se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- pocos mensajes de este tipo para evitar confusiones cuando sean comunicados por diferentes medios;
- preservación de la coherencia de los mensajes transmitidos por los diferentes medios utilizados, así como con los mensajes difundidos por el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19;
- elaboración de prontuarios con los mensajes esenciales que deban difundirse y limitación de todo texto adicional; uso de imágenes para reforzar el texto si es necesario.

Los programas nacionales sobre paludismo trabajarán con asociados, organizaciones comunitarias y el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19, a fin de difundir los mensajes por medios accesibles a toda la población (personas de edad, mujeres, discapacitados, refugiados, etc.). Par ello, utilizarán datos que faciliten la definición de lo que es útil para cada grupo de población y determinarán diversos métodos y plataformas de comunicación. Varios programas nacionales sobre paludismo (como los de Mozambique, Benín, Sierra Leona y Sudán del Sur) han obtenido buenos resultados con la integración de los mensajes sobre la COVID-19 en las actividades de cambio social y de comportamiento realizadas durante las campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida. La integración ha consistido, entre otras cosas, en lo siguiente:

³ Véase también Alianza para la prevención del paludismo, AMP toolkit, Chapter 6, Communication, Brief 3: *Using research and data to plan effective social and behaviour change communication*, en la página <https://allianceformalariaprevention.com/wp-content/uploads/2019/01/IFR AMP Toolkit%20report2015 Chapt6 EN Brief3.pdf>

- los trabajadores de salud comunitarios difunden mensajes sobre el paludismo, el uso y el cuidado de los mosquiteros tratados con insecticida y la prevención de la COVID-19 en las distribuciones de puerta en puerta;
- integración de información sobre la prevención de la COVID-19 y sobre los mosquiteros tratados con insecticida en los anuncios generales sobre la campaña que se transmiten por radio;
- adaptación del material impreso y visual para incluir mensajes e imágenes relacionados con el paludismo, los mosquiteros tratados con insecticida y la COVID-19.

ACTIVIDAD: REUNIONES NACIONALES, PROVINCIALES Y DISTRITALES DE SENSIBILIZACIÓN⁴	
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> ● Oportunidad para fijar la atención en el paludismo y destacar la importancia de priorizar esta enfermedad en los programas de salud nacionales, regionales y comunitarios. ● Ocasión para que los asociados reciban una información clara y coherente sobre la gestión adecuada de los casos febriles de paludismo, especialmente de niños de menos de cinco años y mujeres encintas. ● Momento oportuno para sensibilizar a los asociados sobre la manera de tener en cuenta los riesgos de transmisión de la COVID-19 y de mitigarlos cuando se realiza una distribución de mosquiteros tratados con insecticida. ● Buena oportunidad para anunciar los cambios sustantivos efectuados en las estrategias de distribución de mosquiteros tratados con insecticida a causa de la pandemia de COVID-19 y para sensibilizar a los asociados sobre el interés de propiciar la aceptación de esos cambios estratégicos. ● Ocasión para alertar a los participantes de que posiblemente circularán rumores sobre la COVID-19, los mosquiteros tratados con insecticida y el paludismo, y para informarles sobre los planes relativos a la gestión de rumores elaborados por el programa nacional sobre paludismo, y sobre la función que recae sobre ellos en la estructura de gestión de los rumores.
Inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Muchos asociados ya habrán participado en reuniones y sesiones de sensibilización sobre la COVID-19 a estos niveles. Si bien el tema principal será el paludismo, es posible que se repita información sobre la COVID-19 y los participantes pueden perder de vista el objetivo de las sesiones.
Consideraciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Decisión sobre la posibilidad de incluir información sobre la COVID-19 en el material de cambio social y de comportamiento elaborado para sensibilizar sobre la importante campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida. ● En el caso de que se incluya información sobre la COVID-19 en el material general de la campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida destinado a las reuniones de sensibilización, determinar si es necesario elaborar material sobre esa enfermedad o si es posible utilizar el elaborado por el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19. ● Decisión acerca de la cantidad de información sobre la COVID-19 que se debe transmitir. Puede ser mejor atenerse a una información sencilla y limitar los mensajes sobre la COVID-19 a los aspectos relacionados con la campaña. Por ejemplo:

⁴ Según los reglamentos nacionales sobre la reunión de grupos de personas, estas reuniones pueden ser virtuales.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ las adaptaciones hechas en que la estrategia y en las operaciones de la campaña para mitigar los riesgos asociados con la COVID-19; ○ los riesgos potenciales de la campaña, incluidos los rumores, y la función esencial que han de desempeñar los participantes en la mitigación de esos riesgos; ○ lo que el personal de la campaña y los hogares deben hacer para limitar la exposición al COVID-19 y la transmisión de esta enfermedad durante la campaña. ○ necesidad de proporcionar mosquiteros tratados con insecticida a todas las comunidades que se beneficiarán de la campaña, incluso en los casos en que sea alto el porcentaje de transmisión de la COVID-19; importancia de que las personas de las que se sospecha o se confirma que tienen COVID-19 duerman debajo de un mosquitero tratado con insecticida para evitar una doble infección. ● Elaboración de paquetes con material de sensibilización que puedan ser distribuidos a los asociados (material impreso o electrónico si no se organizan reuniones presenciales) e incluir en ellos, por una parte, información detallada sobre la carga que supone el paludismo y la importancia de utilizar mosquiteros tratados con insecticida y, por otra, información sobre la COVID-19, según lo que se haya decidido durante la planificación global.
<p>Ejemplos útiles si se opta por el uso de mensajes integrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Realización, en lo posible, de reuniones virtuales. ● Inclusión en los paquetes de sensibilización de una hoja informativa con las preguntas más frecuentes sobre: <ul style="list-style-type: none"> ○ la carga que supone el paludismo en el país y lo que sucederá si no se prioriza el paludismo en la agenda política y sanitaria (desde el nivel nacional hasta el nivel comunitario) en el contexto de la COVID-19; ○ la forma en que se organizará la distribución de los mosquiteros tratados con insecticida; ○ la manera en que la estrategia y las operaciones de la campaña han sido adaptadas para garantizar la seguridad del personal, de los voluntarios y de las personas que reciben mosquiteros; ○ gestión debida de las enfermedades febriles en el contexto de la transmisión de la COVID-19, especialmente en relación con las personas más vulnerables. ● Sobre la base del plan de evaluación y mitigación de los riesgos, entrega de un documento informativo sobre los principales riesgos asociados a la COVID-19 y sobre las medidas que se aplican para mitigarlos.

ACTIVIDAD: CEREMONIAS O EVENTOS OFICIALES DE INAUGURACIÓN

Según las normas nacionales sobre la cantidad de personas que pueden reunirse a la vez, puede ser imposible organizar ceremonias de inauguración. Sin embargo, si un país considera que es oportuno efectuar una ceremonia oficial de inauguración, esta debería ser virtual, o con participación limitada, a fin de evitar una posible propagación de la COVID-19. Es muy recomendable que en todas las ceremonias virtuales de inauguración de grandes campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida, los mensajes sobre la COVID-19 se limiten a recordar las medidas adoptadas para proteger al público contra esta enfermedad durante la realización de las actividades de la campaña, y se centren en la prevención, el diagnóstico y el tratamiento del paludismo, especialmente en la importancia del acceso y de la utilización de los mosquiteros tratados con insecticida que se distribuyen en la campaña.

ACTIVIDAD: MEDIOS DE COMUNICACIÓN: RADIO, TELEVISIÓN Y PRENSA	
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> ● Buena ocasión para que un amplio grupo de personas obtenga información acreditada y actualizada sobre el paludismo y la COVID-19. ● Garantía de que, en general, las más altas autoridades gubernamentales o personas en que la población deposita su confianza transmiten información que propicia la comprensión de las comunidades y las tranquiliza respecto de la posibilidad real y segura de realizar una actividad de gran amplitud basada en la comunidad en el contexto de la transmisión de la COVID-19, como una distribución de mosquiteros tratados con insecticida. ● Oportunidad para difundir información sobre la importancia de que las personas de las que se sospecha o se confirma que tienen COVID-19 utilicen los mosquiteros tratados con insecticida para reducir el riesgo de sufrir paludismo mientras están enfermas de COVID-19 o en convalecencia de esta enfermedad.
Inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Uso ineficaz de los limitados recursos para el paludismo o los mosquiteros tratados con insecticida en el cambio social y de comportamiento, puesto que el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19 ya habrá difundido por radio o televisión o publicado en la prensa escrita amplios mensajes sobre la COVID-19 y las medidas de prevención de esta enfermedad. ● Cuando la información es excesiva, se retienen poco los mensajes esenciales sobre el paludismo y la COVID-19. Esto puede significar que las comunidades o los hogares no practicarán uno o varios comportamientos recomendados (como el lavado frecuente de las manos o el uso correcto de los mosquiteros tratados con insecticida). ● Riesgo de que los hogares asocien la COVID-19 con el paludismo o los mosquiteros tratados con insecticida si los mensajes no son lo suficientemente claros. Esto puede dar lugar a información errónea sobre las dos enfermedades y sobre las mejores maneras de prevenirlas. Los hogares pueden imaginar que la COVID-19 es transmitida por mosquitos, o suponer que la COVID-19 está relacionada con el paludismo (es decir, son la misma enfermedad).
Consideraciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Si se opta por un mensaje integrado, el número total de este tipo de mensajes debería ser mínimo. Los mensajes sobre cada enfermedad deben ser claros, concisos y no dar margen a ambigüedades o interpretaciones erróneas. ● Limitación de los mensajes sobre la COVID-19 a las medidas específicas que se adopten durante la distribución de mosquiteros tratados con insecticida, necesarias para prevenir la propagación del virus y proteger a la población a la que se destinan los mosquiteros. ● Puesto que la radio (la televisión y la prensa en menor medida) tiene un amplio alcance, ofrece las mejores posibilidades de emitir de forma continua información a las audiencias interesadas. Las cadenas o canales de los medios de comunicación que tengan amplio alcance son una oportunidad para poner de relieve que, si bien la COVID-19 es un alto riesgo, el paludismo subsiste en las comunidades y los miembros de la comunidad deben protegerse y, en caso de fiebre, buscar un diagnóstico y un tratamiento. ● Los medios de comunicación tradicionales dan la posibilidad de informar a las personas sobre lo que deben hacer en caso de sospecha de paludismo cuando, ante amplios brotes de COVID-19, las personas temen buscar ayuda. Esto será especialmente importante si hay una estigmatización social asociada con la

	<p>COVID-19 (como ocurrió con el ébola) y las comunidades son reacias a buscar un tratamiento médico en caso de fiebre.</p>
<p>Ejemplos útiles si se opta por el uso de mensajes integrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● En los anuncios de radio y televisión y en los artículos en la prensa, se reconocerá que el gobierno ha decidido emprender una campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida durante el contexto de la COVID-19 porque el paludismo es un grave riesgo para la población y esta situación puede empeorar rápidamente si no se mantiene la prevención con los mosquiteros tratados con insecticida. Asimismo, el programa nacional sobre paludismo y sus asociados, en colaboración con el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19, han elaborado medidas para minimizar el riesgo de propagar la COVID-19 durante la campaña. ● Los mensajes generales en la radio, la televisión y la prensa escrita sobre la campaña sirven para hacer saber a los hogares que los trabajadores de salud comunitarios se mantendrán a una distancia de un metro, como mínimo, de todos los residentes durante la inscripción de los hogares y/o la distribución de mosquiteros tratados con insecticida, y en ellos se pedirá a los miembros de los hogares que interactúan con el personal de la campaña que respeten la misma distancia física entre ellos para prevenir la transmisión de la COVID-19. ● Los anuncios de radio, los debates y los programas de llamadas del público son medios sólidos para informar a la población sobre el acceso y el uso de los mosquiteros tratados con insecticida por las personas de las que se sospecha o se confirma que tienen COVID-19 o sobre lo que debe hacer con los mosquiteros que hayan sido utilizados por personas que han muerto a causa de esta enfermedad: <ul style="list-style-type: none"> ○ manera en que los hogares en cuarentena, porque se sospecha o se confirma que hay COVID-19, pueden tener acceso a los mosquiteros tratados con insecticida; ○ no compartir un mosquitero tratado con insecticida con una persona enferma de COVID-19; ○ las personas que se enferman de COVID-19 también deben recibir un mosquitero tratado con insecticida para dormir debajo de él y prevenir el paludismo puesto que persiste el riesgo de contraer esta enfermedad; ○ no es necesario destruir un mosquitero tratado con insecticida utilizado por una persona enferma de COVID-19. Basta lavarlo con jabón (o un producto equivalente) y agua fría. No se debe utilizar agua caliente, lejía u otro producto con alcohol, y se debe poner a secar a la sombra. Es necesario eliminar el agua sucia inmediatamente después de lavar el mosquitero, lejos de los recursos de agua dulce.

ACTIVIDAD: MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MEDIOS SOCIALES

<p>Ventajas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuente importante de información en muchos países, especialmente en las zonas urbanas. Esos medios ofrecen una buena oportunidad para comunicar, con regularidad, mensajes coherentes y correctos sobre el paludismo y el uso de los mosquiteros tratados con insecticida para prevenirlo. El recurso a estos medios puede ser especialmente útil si se tiene en cuenta que la situación en relación con la COVID-19 cambia con frecuencia y de forma imprevisible a medida que se conoce mejor la enfermedad (lo que, por lo demás, puede crear confusiones por lo que respecta al paludismo). ● Buena oportunidad para que un amplio grupo de personas obtenga información tanto sobre el paludismo como sobre la COVID-19 si los medios sociales son utilizados correctamente.
------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ● En función del costo es una manera eficaz de mitigar los rumores⁵ y de difundir información rápidamente en caso de rumores u otros problemas que puedan surgir, especialmente en las zonas urbanas, donde los rumores se difunden con rapidez.
Inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ● El intervalo de atención de un espectador suele ser muy corto. El mensaje principal, en palabras o en imágenes, debe ser inmediatamente obvio. Todo exceso de información disminuye la retención del mensaje. Esto significa que las comunidades u hogares no pondrán en práctica uno o varios comportamientos recomendados (por ejemplo, el lavado frecuente de las manos o el uso correcto de los mosquiteros tratados con insecticida). ● El acceso a los medios sociales puede ser limitado en muchas partes de un país y, en algunos casos, ser extremadamente limitado (especialmente en zonas rurales y en entornos operativos complejos).
Consideraciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Necesidad de tener en cuenta el contexto del país (lo que incluye el acceso de la población a las plataformas de los medios sociales y el uso de estas) y ajustar la mezcla de medios para alcanzar a la población concernida según el caso. ● Los medios sociales son una plataforma en que las personas dan voz a sus preocupaciones y lanzan rumores (intencionalmente o no); por consiguiente, buena parte de los esfuerzos debería concentrarse en contrarrestar la información incorrecta o sesgada. ● Decisión sobre la oportunidad de tener personal con la función exclusiva de seguir los mensajes difundidos por las plataformas sociales y velar por la corrección y la exactitud de la información, así como de tomar conocimiento de todo comentario que comience a crear confusiones. Estos equipos deberán ser fácilmente identificables como parte de una fuente oficial (por ejemplo, ministerio de Salud); y ser capaces de responder a toda información sesgada y a los rumores que en poco tiempo y de forma eficaz circulen en la misma plataforma de medio social. En los lugares donde se utilizan ampliamente los medios sociales, puede ser alto el volumen de comentarios en que se dice una cosa y lo contrario. Es necesario velar por que los equipos de seguimiento estén capacitados de manera adecuada para hacer frente a la circulación de información en la web y saber cuándo y a quién señalar cuestiones que puedan surgir. ● Los medios sociales pueden ser útiles para difundir información sobre lo que se debe hacer con los mosquiteros tratados con insecticida utilizados por las personas de las que se sospecha o se confirma que tienen COVID-19 o que han muerto a causa de esta enfermedad.
Ejemplos útiles si se opta por el uso de mensajes integrados	<ul style="list-style-type: none"> ● Una página del ministerio de Salud en Twitter o Facebook ofrece actualizaciones diarias sobre la distribución de mosquiteros tratados con insecticida y destaca las medidas de prevención de la COVID-19. ● Una página de Twitter o Facebook aborda proactivamente los rumores, las inquietudes de la población y la información errónea a medida. ● Mensajes impactantes acordes con el intervalo de atención del espectador, que puedan ser vistos en un primer clic o una primera vista. Uso de colores, marcas y otros elementos visuales para captar la atención y centrarla en la información esencial. ● Véase también el mismo apartado en la tabla sobre radio, televisión, prensa.

⁵ Véase también Alianza para la Prevención del Paludismo, Orientaciones: *Consideraciones relativas a la COVID-19 para diseñar planes de gestión de rumores relacionados con la distribución de mosquiteros tratados con insecticida* en la página <https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>

ACTIVIDAD: MATERIAL SOBRE EL CAMBIO SOCIAL Y DE COMPORTAMIENTO (CARTELES, VALLAS, PREGUNTAS FRECUENTES, VOLANTES)	
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> ● Buena oportunidad para que un importante grupo de personas obtenga información de buena calidad tanto sobre el paludismo como sobre la COVID-19, puesto que no puede ser manipulada y es fácilmente comprensible.
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> ● La sobrecarga de información en los materiales sobre el cambio social y de comportamiento (como los prontuarios) puede tener como consecuencia la pérdida de eficacia de los mensajes. Esto a su vez tiene como resultado que los grupos destinatarios retengan menos los mensajes claves (tanto sobre el paludismo como sobre la COVID-19). ● Dificultad posible de asegurarse de que los mensajes que figuran en el material de cambio social y de comportamiento sean lo suficientemente claros para diferenciar el paludismo de la COVID-19, especialmente cuando el material visual e impreso de cambio social y de comportamiento está dirigido a poblaciones con diferentes niveles de educación y alfabetismo. ● Uso ineficaz de los recursos de la campaña para el paludismo o los mosquiteros tratados con insecticida, además de la confusión a que puede dar lugar la recarga de mensajes o imágenes en un espacio limitado, cuando el grupo nacional de trabajo de emergencia para la COVID-19 cuenta con suficientes recursos para elaborar material sobre el cambio social y de comportamiento en relación con la COVID-19. ● No es fácil recoger el material impreso para actualizarlo según los cambios que se hagan en la campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida o la evolución de la situación respecto de la COVID-19.
Consideraciones	<ul style="list-style-type: none"> ● La cantidad de material suministrado para la protección personal deberá ser suficiente para proporcionar un artículo por persona, a fin de evitar que varias personas utilicen un mismo artículo. ● En lo posible, el material de comunicación sobre el cambio social y de comportamiento constará de mensajes para el paludismo y los mosquiteros tratados con insecticida, por una parte, y sobre la COVID-19, por otra; sobre todo porque la información sobre esta última enfermedad cambia rápidamente a medida que se sabe más sobre el virus que la causa. La producción de mensajes separados ayudará a los trabajadores de salud comunitarios y a otro personal de la campaña a proporcionar una comunicación clara y coherente. ● El interés de fechar el material impreso se sopesará cuidadosamente, a causa de los posibles retrasos ocasionados por los cambios en el contexto de la COVID-19 o por otros factores (por ejemplo, el retraso en el suministro de mosquiteros tratados con insecticida o de material impreso obliga a cambiar las fechas de inscripción de los hogares o de distribución de los mosquiteros tratados con insecticida).
Ejemplos útiles si se opta por el uso de mensajes integrados	<ul style="list-style-type: none"> ● Los mensajes sobre la COVID-19 pueden ser integrados en los prontuarios de los trabajadores de salud comunitarios que participan en una amplia campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida (como en Mozambique y en Nigeria), asegurándose de que el prontuario consta de dos partes distintas, una para los mensajes esenciales sobre la COVID-19 y otra para los mensajes esenciales sobre los mosquiteros tratados con insecticida y el paludismo, a fin de evitar, en lo posible, que los trabajadores de salud comunitarios mezclen los mensajes.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Fijación en lugares estratégicos (mercados, tiendas de alimentos y farmacias) de carteles o pancartas con información correcta sobre el paludismo, sobre el comportamiento adecuado respecto al tratamiento de los casos febriles de paludismo, especialmente de niños de menos de cinco años y de mujeres encintas, y sobre el uso en la noche de los mosquiteros tratados con insecticida por toda la población. El material informativo podrá incluir notas sobre el lugar donde se puede obtener más información sobre la COVID-19 o sobre lo que se debe hacer en caso de síntomas de COVID-19.
--	--

**ACTIVIDAD:
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL A NIVEL COMUNITARIO (MENSAJES EN LAS CALLES, COMUNICACIÓN INTERPERSONAL PUERTA A PUERTA, REUNIONES COMUNITARIAS, ETC.)**

Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> ● La comunicación interpersonal es un medio eficaz para transmitir información esencial a los hogares cuando se apliquen todas las medidas de prevención de la transmisión de la COVID-19. ● La comunicación interpersonal con los hogares contribuye a que estos incrementen sus conocimientos tanto sobre el paludismo como sobre la COVID-19, así como sobre la manera mejor manera de prevenir estas enfermedades. ● La comunicación interpersonal ofrece una excelente oportunidad para adaptar los mensajes a las audiencias cuando el personal de la campaña está capacitado y equipado con mensajes normalizados. ● La comunicación interpersonal da a los hogares la ocasión de hacer preguntas sobre las dos enfermedades y de recibir respuestas de una persona que consideran fuente de confianza porque pertenece a su comunidad.
-----------------	---

Inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ● La necesidad de que los agentes de comunicación comunitarios reciban más información sobre los mensajes esenciales puede poner de manifiesto el deseo de incrementar el tiempo de la capacitación; sin embargo, esto habrá de sopesarse teniendo en cuenta las medidas de prevención de la transmisión de la COVID-19 aplicables. Según el contexto, puede ser imposible asignar tiempo y recursos adicionales para una capacitación firme y sólida para transmitir otra información y otros mensajes fundamentales sobre las dos enfermedades. Esto a su vez puede tener como consecuencia una exceso de información y responsabilidades para una función y un mayor riesgo de que los trabajadores de salud comunitarios u otros agentes de comunicación proporcionen a los hogares y a las comunidades una información incorrecta o sesgada sobre el paludismo y el uso de los mosquiteros tratados con insecticida o sobre la COVID-19. ● La sobrecarga de trabajo o de funciones puede socavar la calidad de su ejecución, por ejemplo, la gestión de los rumores por parte de los trabajadores de salud y otros agentes de comunicación pertenecientes a la comunidad y el personal de la campaña. ● El uso de comunicación interpersonal posiblemente no respete las mejores prácticas del distanciamiento físico y, por consiguiente, puede aumentar el riesgo de propagación de la COVID-19. ● Los trabajadores de salud comunitarios tendrán que pasar más tiempo con cada hogar, lo que aumenta el tiempo de exposición a personas que potencialmente tienen la COVID-19, incluidas las personas asintomáticas. ●
-----------------------	--

<p>Consideraciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de aprovechar las oportunidades de comunicación interpersonal que se presenten en la realización de las actividades de la campaña, como la inscripción o la distribución de puerta en puerta, o incluso en los puestos fijos, para difundir información a los hogares. • Limitación de las actividades de comunicación para minimizar la exposición y la transmisión potenciales de la COVID-19. • Suministro de megáfonos a los trabajadores de salud comunitarios o a los voceadores para comunicar mensajes sobre el paludismo y la COVID-19, de manera que la información proceda de fuentes fiables. • Incluso si los trabajadores de salud comunitarios no difunden información sobre la COVID-19, es importante que tengan conocimientos sobre esta enfermedad, de manera que puedan protegerse y proteger a los miembros de la comunidad y responder a las preguntas de los hogares. Consideración de la posibilidad de proporcionar información sobre la COVID-19 a los trabajadores de salud comunitarios (y a otros agentes de comunicación a nivel comunitario, como los líderes comunitarios y confesionales) pero no imponerles que proporcionen información sobre la COVID-19 a los hogares. Con algunos conocimientos sobre la COVID-19, los trabajadores de salud comunitarios serán capaces de transmitir mensajes importantes, incluso sobre cómo obtener más información, en caso de que los hogares les pregunten sobre esta enfermedad en particular.
<p>Ejemplos útiles si se opta por el uso de mensajes integrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los periódicos, los programas de televisión sobre la campaña y los medio sociales ilustran con imágenes la manera en que los agentes de comunicación interpersonal que trabajan en la campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida (por ejemplo, los trabajadores de salud comunitarios) ponen en práctica las medidas de prevención para que los hogares sepan lo que le espera durante la campaña (por ejemplo, imágenes de trabajadores de salud comunitarios que utilizan megáfonos para comunicar mensajes sobre el paludismo y la COVID-19 o que depositan los mosquiteros tratados con insecticida a la entrada de las viviendas en las distribuciones que hacen de puerta en puerta, a fin de mantener una distancia física entre ellos y los miembros de los hogares). • Difusión separada y sucesiva por agentes de comunicación que utilizan megáfonos, voceadores, unidades móviles, ceremonias confesionales virtuales, etc., de los mensajes sobre la COVID-19 y de los mensajes sobre el paludismo y los mosquiteros tratados con insecticida para evitar confusiones en los auditores.