

Planificación de cambio social y de comportamiento durante la distribución de mosquiteros tratados con insecticida en el contexto de la COVID-19¹

Recuerde las medidas destinadas a prevenir la infección por el virus causante de la COVID-19²

- Mantenga una distancia física de al menos un metro con otras personas, a excepción de familiares directos u otras personas con quienes conviva.
- Limpie o lave sus manos frecuentemente y de forma metódica con un desinfectante a base de alcohol, o con agua y jabón; la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda lavarse a menudo las manos con agua y jabón durante al menos veinte segundos; si no dispusiera de jabón o desinfectante, frótese vigorosamente las manos con cenizas de madera.
- Evite acudir a lugares concurridos.
- Evite tocarse los ojos, la nariz y la boca.
- Adopte medidas de higiene respiratoria: tosa y estornuda en el pliegue interno del codo o en un pañuelo de papel; deseche inmediatamente el pañuelo³ y lávese las manos.
- Ante la aparición de fiebre o síntomas respiratorios, permanezca en casa y no acuda al lugar de trabajo.
- Utilice una mascarilla de tela si existiera propagación generalizada del virus en la comunidad, en particular cuando no sea posible observar el distanciamiento físico necesario.
- Utilice y deseche correctamente el material (siga las directrices de las autoridades nacionales para la eliminación de desechos).
- Observe todas las medidas planteadas aunque utilice equipamiento de protección.
- Manténgase al día de las últimas directrices o reglamentos establecidos por las autoridades nacionales y la OMS.

NOTA: La OMS actualiza las medidas de prevención de la infección a medida que evoluciona la pandemia, en función de nuevos hallazgos científicos. Consulte la información actualizada en: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>.

Documentos básicos de la Alianza para la prevención del paludismo:

Key guidance for distribution of insecticide-treated nets (ITNs) 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/>

Cambio social y de comportamiento antes, durante y después de las campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida

El cambio social y de comportamiento es un aspecto importante de la distribución de los mosquiteros tratados con insecticida (o MTI), sea durante una campaña sea durante una distribución de rutina. Los

¹ Véase también <https://covid19communicationnetwork.org/search-materials/?fwppaged=4>

Alianza RBM para Poner Fin a la Malaria, Malaria Social and Behaviour Change Program Guidance in the Context of COVID-19 Pandemic, SBC Working Group, Guidance on Malaria SBC in the Context of COVID-19. This guidance is provided as of April 16, 2020 and will be updated regularly when additional information is available (https://endmalaria.org/sites/default/files/Malaria-SBC-Guidance-in-the-Context-of-COVID-19-RBMSBCWG-16Apr2020_0.pdf)

² <https://www.WHO.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

³ Observe las orientaciones de la OMS y de las autoridades nacionales con respecto a la eliminación de desechos. Se debe proceder a la eliminación de desechos de manera que no permanezcan en el entorno y conlleven riesgo de contaminación para otras personas. Véase también: <https://www.who.int/publications/i/item/water-sanitation-hygiene-and-waste-management-for-the-covid-19-virus-interim-guidance>.

principales objetivos del cambio social y de comportamiento en estos tipos de distribución son los siguientes:

- sensibilización sobre el paludismo y manera de prevenirlo;
- acceso a los mosquiteros tratados con insecticida por diferentes medios (campañas de amplio alcance, asistencia a un centro de atención prenatal o mediante un programa ampliado de inmunización, solicitud a un trabajador de salud comunitario o compra);
- participación de representantes de los hogares en la distribución de mosquiteros tratados con insecticida (inscripción, distribución y actividades posteriores a esta);
- uso efectivo de los mosquiteros tratados con insecticida (cualquiera que sea su forma, material, tipo o color; durante la estación seca o de lluvia, en el interior de las viviendas o al aire libre, en las zonas de elevada o de baja transmisión de paludismo);
- cuidado del mosquitero tratado con insecticida (recogerlo cuando no esté en uso, manipularlo con atención, no dejarlo al alcance de los niños o las mascotas, lavarlo en un recipiente con un jabón suave, remendar los rasgones);
- participación de partes interesadas y asociados en todos los niveles (nacional, regional, distrital, comunal);
- seguridad del personal que trabaja en la distribución de mosquiteros tratados con insecticida y de los representantes de las familias;
- nuevo uso⁴ o eliminación apropiados de los mosquiteros tratados con insecticida que ya no sirven para proteger a las personas durante el sueño.

Cambio social y de comportamiento en el contexto de la COVID-19

El cambio social y de comportamiento cobra más importancia aún en la distribución de los mosquiteros tratados con insecticida en el contexto de la COVID-19. Los principales aspectos serán:

- cabal comprensión por parte de los trabajadores de la campaña de las medidas impuestas para la prevención de la COVID-19 y de la manera de aplicarlas;
- información a la población interesada sobre la manera en se mitigará la transmisión de la COVID-19 durante la distribución de los mosquiteros tratados con insecticida;
- acceso de los trabajadores de la campaña a los hogares que, de otro modo, rechazarían visitas o material proveniente de personas ajenas a él;
- suministro de información sobre la importancia de proteger contra el paludismo a las personas de las que se sospeche o se ha confirmado que tienen COVID-19;
- suministro de información sobre el momento, el lugar y la manera de buscar atención sanitaria en caso de fiebre, especialmente cuando se trate de niños de menos de cinco años y de mujeres embarazadas, en consonancia con los protocolos sanitarios nacionales aplicables en el contexto de la COVID-19;
- suministro de información sobre lo que se deberá hacer con un mosquitero tratado con insecticida que haya sido utilizado por una persona de la que se sospeche o se ha confirmado que tienen COVID-19.

El cambio social y de comportamiento será fundamental para llevar a buen fin las distribuciones de mosquiteros tratados con insecticida en el contexto de la COVID-19. Se elaborarán sólidos planes y actividades de cambio social y de comportamiento, de conformidad con las directrices publicadas a nivel nacional o por la OMS en relación con la COVID-19, y se establecerá el presupuesto necesario para la ejecución de esas actividades. Se explicarán las adaptaciones que se hagan en las condiciones de seguridad respecto de las distribuciones de mosquiteros tratados con insecticida, a fin de evitar confusiones, desconfianza, temor de la transmisión de la COVID-19 y recelo hacia los trabajadores responsables de la distribución y hacia los mosquiteros mismos.

⁴ Véase Alianza hacer retroceder la malaria, *Consensus statement on repurposing from RBM Partnership to End Malaria*, octubre de 2018, en la página:

<https://endmalaria.org/sites/default/files/Consensus%20Statement%20on%20Repurposing%20ITNs.pdf>

Incluso cuando el gobierno haya aliviado un tanto las restricciones, será importante actuar con cautela en relación con el riesgo de la COVID-19 y se mantendrán las medidas de precaución durante toda la distribución de mosquiteros tratados con insecticida. Se elaborarán mensajes para hacer saber que siguen vigentes las medidas tomadas para garantizar la seguridad de los trabajadores de la campaña y de las personas que reciben mosquiteros tratados con insecticida.

Los cortes o reducciones del presupuesto asignado al cambio social y de comportamiento para compensar el incremento de los costos en otros ámbitos harán más difícil aún el logro de los objetivos de la distribución de mosquiteros tratados con insecticida.

Establecer un subcomité para el cambio social y de comportamiento con suficiente antelación para elaborar planes en tiempo oportuno

Los programas nacionales de control o eliminación del paludismo decidirán el establecimiento de un subcomité para el cambio social y de comportamiento en las primeras etapas de planificación de una campaña y velarán por la representatividad de la calidad de miembro, incluida la de los asociados especializados en la comunicación para el cambio social y de comportamiento presentes o activos a nivel comunitario en las zonas donde se realizará la campaña. El subcomité decidirá el plan, las actividades y los medios de comunicación e intermediarios que serán priorizados en cuanto se elija la estrategia para realizar la campaña. El cambio social y de comportamiento sirve de apoyo al programa general de una campaña de distribución. Por consiguiente, los miembros del subcomité deberán participar en las reuniones en que se aborde la estrategia general de la campaña y deberán determinar los ámbitos en que el cambio social y de comportamiento será un factor esencial para obtener buenos resultados en la campaña, así como los entornos en que la comunicación para el cambio social y de comportamiento será útil para contrarrestar los riesgos (por ejemplo, si se opta por un lugar fijo de distribución, el cambio social y de comportamiento será necesario para reforzar las medidas de prevención de la COVID-19). El plan para el cambio social y de comportamiento se basará en la estrategia de la campaña, y los diferentes enfoques descritos en él dependerán de los distintos lugares donde se hagan distribuciones (por ejemplo, en las zonas urbanas se harán de puerta en puerta y en las zonas rurales y remotas en puestos de distribución fijos modificados). En cada uno de esos lugares se adoptará un enfoque de cambio social y de comportamiento específico que propicie la claridad y la coherencia de los mensajes acerca de la manera en que se organizará la distribución y la forma en que se velará por la seguridad de los trabajadores de la campaña y de los representantes de los hogares.

Planificación basada en los datos existentes

Del mismo modo que en las campañas que se realizaban antes de la aparición de la COVID-19, las actividades de cambio social y de comportamiento se basarán en los datos recogidos mediante investigaciones, estudios y evaluaciones sobre los factores determinantes de los comportamientos adecuados para la prevención del paludismo, en los medios de comunicación e intermediarios preferidos y fiables y en el alcance que estos tengan. En el contexto de la COVID-19, puede ser imposible realizar actividades para reunir información (por ejemplo, consultas con grupos específicos), a causa de las limitaciones en el número de personas que pueden reunirse a la vez y de la necesidad de mantener un distanciamiento físico. Sin embargo, existen también otras maneras de recoger información:

- búsqueda en línea de obras publicadas y de literatura gris;
- contacto con organizaciones que trabajan en el país donde se realiza una campaña de distribución que estén dispuestos a compartir datos o resultados de investigaciones en su posesión;
- consulta con el grupo de trabajo de emergencia para la COVID-19 sobre las inquietudes expresadas por las comunidades a causa de la pandemia de COVID-19 que puedan afectar la realización de la campaña;

- revisión de las lecciones aprendidas en campañas anteriores –relacionadas con los mosquiteros tratados con insecticida o efectuadas con otros intereses sanitarios– para adaptar consecuentemente las actividades, los medios y los mensajes de la campaña;
- entrevistas telefónicas (habrá un presupuesto para cubrir el tiempo de las llamadas que hace el entrevistador):
 - con los hogares (sobre la base de un cuestionario uniformizado), a fin de determinar las dificultades o los problemas que es necesario resolver para llevar a buen fin la campaña;
 - con una muestra de líderes y personas influyentes de la comunidad (jefes de aldea, líderes religiosos, presidentas de grupos de mujeres, trabajadores de salud comunitarios, etc.), a fin de determinar las cuestiones que han de tenerse en cuenta en la elaboración del plan para el cambio social y de comportamiento;
- mantenimiento de intercambios y comunicaciones con miembros del personal distrital y subdistrital dependiente del ministerio de Salud responsables del cambio social y de comportamiento, o con grupos de coordinación de diferentes organizaciones basadas en las comunidades para obtener información y perspectivas sobre los mejores enfoques que deberían adoptarse y sobre potenciales elementos que facilitan u obstaculizan las actividades en las zonas donde trabajan (como se señala más arriba, el tiempo de las llamadas telefónicas estará presupuestado).

El subcomité para el cambio social y de comportamiento elaborará el plan de la campaña sobre la base de la revisión de los datos e información existentes, prestando especial atención a las dificultades que será necesario superar para que las comunidades acepten y utilicen ampliamente los mosquiteros tratado con insecticida. La campaña puede incluir a comunidades de zonas donde ya se hayan distribuido mosquiteros tratado con insecticida u otros productos en campañas anteriores, a fin de incentivarlas a colgar los mosquiteros inutilizados para proteger a las personas contra el paludismo.

Los líderes comunitarios y los trabajadores de la campaña, por ejemplo, las responsables de la supervisión y el control de las actividades, así como los miembros del personal distrital y subdistrital dependiente del ministerio de Salud responsables del cambio social y de comportamiento recogerán las lecciones aprendidas durante la campaña para mejorar o adaptar las actividades de cambio social y de comportamiento que se efectúen una vez terminada la campaña.

Adaptación del cambio social y de comportamiento al contexto de la COVID-19

La planificación de la comunicación sobre el cambio social y de comportamiento en el contexto de la COVID-19 incluirá también la sensibilización a todos los niveles de un país (nacional, regional, distrital y comunitario), la movilización social y la comunicación sobre el cambio social y de comportamiento por los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa), dispositivos móviles, medios sociales y medios digitales, pero con las debidas adaptaciones. Será esencial que las personas comprendan perfectamente la nueva situación y sus causas, la forma en que se mitigará la transmisión de la COVID-19 y la importancia de mantener las distribuciones de mosquiteros tratados con insecticida en ese contexto.

- La contratación de personas competentes en el ámbito del cambio social y de comportamiento a todos los niveles es esencial para la mitigación del riesgo de transmisión de la COVID-19; por consiguiente, un aspecto fundamental de la planificación del cambio social y de comportamiento será definir los medios y los intermediarios adecuados para contratar a esas personas en el contexto de la COVID-19.
- La participación de las comunidades en las campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida será la principal prueba del éxito de una campaña. Por consiguiente, es fundamental encontrar los medios más seguros y eficaces para difundir una información clara y uniforme sobre la forma en que se realizará la campaña.

- La comunicación de cambio social y de comportamiento antes, durante y después de una distribución para promover el uso de los mosquiteros tratados con insecticida durante la noche será siempre una actividad central para reducir los casos de paludismo y la cantidad de casos que deban gestionar los trabajadores de salud comunitarios adscritos a establecimientos sanitarios.
- Todas las actividades de cambio social y de comportamiento planificadas se centrarán, en lo posible, en evitar el contacto físico. Cuando el contacto sea necesario, se observarán todas las medidas de prevención de la COVID-19.

En el desarrollo de los planes de cambio social y de comportamiento, se tendrán en cuenta factores propios del contexto de la COVID-19, entre los cuales los siguientes:

- medidas de prevención de la COVID-19 entre los trabajadores de la campaña y los representantes de los hogares, prestando especial atención a que las personas comprendan la utilidad de las medidas tomadas para minimizar la transmisión de la COVID-19 durante las actividades de la campaña;
- uso y eliminación⁵ adecuados de todo el equipo de protección personal que reciban los trabajadores de la campaña para la prevención de la COVID-19;
- reducción de los contactos físicos, en lo posible, para prevenir la transmisión de la COVID-19; los trabajadores de la campaña recibirán los correspondientes recursos e información para que puedan comunicar mensajes claros y coherentes, así como responder correctamente a las preguntas y dudas que se les planteen;
- integración en un solo mensaje de los mensajes sobre la COVID-19, el paludismo y los mosquiteros tratados con insecticida, y análisis de las ventajas e inconvenientes del uso de este tipo de combinación de mensajes en diferentes niveles;⁶
- optimización de las actividades de cambio social y de comportamiento durante la campaña, sin exceso en la cantidad de información comunicada para evitar confusiones, malentendidos y errores;
- búsqueda de los riesgos potenciales y de la manera de mitigarlos durante el periodo de planificación, de manera que la preparación sea suficiente para responder a las cuestiones que surjan durante la realización de la campaña;
- atención especial a los principales factores estresantes en los hogares, que podrían tener como consecuencia un uso inadecuado de los mosquiteros tratados con insecticida, tales como su venta para comprar alimentos en los lugares donde la imposición de restricciones económicas haya reducido significativamente los ingresos de los hogares;
- definición y gestión de los problemas (incluidos los rumores) que surgen en el desarrollo de las actividades y que, en lo posible, es necesario seguir de cerca y resolver a nivel comunitario (con el consiguiente incremento de las responsabilidades de los líderes comunitarios y del personal de la campaña);
- gestión de los desechos, incluidos los embalajes individuales de los mosquiteros tratados con insecticida en el caso de que estos no sean retenidos por los equipos de distribución;
- considerar la forma en que se realizarán las actividades de cambio social y de comportamiento después de la campaña (en todos los niveles, nacional, regional, distrital, comunal) en el contexto de la COVID-19, así como los riesgos asociados a estas actividades.

Véase también documento del Grupo de trabajo sobre el cambio social y de comportamiento de la Alianza RBM para Poner Fin a la Malaria en el contexto de la COVID-19: Alianza RBM para Poner Fin a

⁵ 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>. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

⁶ Véase también Alianza para la Prevención del Paludismo, Orientaciones. *SBC activities – integrating malaria and ITN messages with messages on COVID-19*. Abril de 2020, Versión 1 (<https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>)

la Malaria, *Malaria Social and Behaviour Change Program Guidance in the Context of COVID-19 Pandemic RBM SBC Working Group Guidance on Malaria SBC in the Context of COVID-19* en la página https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/strengthening_tools/Malaria-SBC-Guidance-in-the-Context-of-COVID-19-RBMSBCWG-16Apr2020.pdf

Plan de capacitación, información y orientación para el cambio social y de comportamiento, a fin de consolidar los mensajes esenciales sobre el paludismo y la COVID-19

El principal reto para realizar actividades de cambio social y de comportamiento de alta calidad son las escasas oportunidades de realizar sesiones de capacitación, información u orientación en el contexto de la COVID-19⁷.

Antes de la pandemia de COVID-19, la capacitación en cambio social y de comportamiento para la realización de las campañas era a menudo insuficiente, puesto que no se consideraba tan importante como la capacitación en otros ámbitos como la recopilación de datos y las tecnologías de la información y las comunicaciones para el desarrollo. En el contexto de la COVID-19, el riesgo es que se reduzca aún más el tiempo de capacitación en materia de cambio social y de comportamiento para abordar otros aspectos de la campaña (por ejemplo, la colecta de datos) en un espacio de tiempo limitado (número de días, horas o minutos para temas concretos) en las sesiones de capacitación a diferentes niveles. Es esencial que los miembros del subcomité para el cambio social y de comportamiento participen en la elaboración y la finalización del presupuesto, en el establecimiento del calendario de capacitación, así como en el desarrollo y la elaboración final del material de la campaña para que el cambio social y de comportamiento sea una prioridad de la capacitación planificada. Esto incluye la capacitación de los trabajadores en el ámbito de la logística, a los que será importante explicar la manera de prevenir la COVID-19.

Para cada tipo de actividad de cambio social y de comportamiento planificada –sensibilización, movilización social y comunicación sobre el cambio social y de comportamiento–, es necesario reunirse para compartir la información. En algunos casos, será posible organizar capacitaciones o reuniones a distancia, pero en otros será necesaria una interacción presencial, probablemente durante menos tiempo de que lo que se hubiera planificado antes de la aparición de la COVID-19.

Se encontrarán ejemplos de los diferentes tipos de sesiones de capacitación, orientación e información sobre el cambio social y de comportamiento en el documento del Grupo de trabajo sobre el cambio social y de comportamiento de la Alianza RBM para Poner Fin a la Malaria en el contexto de la COVID-19: Alianza RBM para Poner Fin a la Malaria, *Malaria Social and Behaviour Change Program Guidance in the Context of COVID-19 Pandemic RBM SBC Working Group Guidance on Malaria SBC in the Context of COVID-19* en la página:

https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/strengthening_tools/Malaria-SBC-Guidance-in-the-Context-of-COVID-19-RBMSBCWG-16Apr2020.pdf

El subcomité para el cambio social y de comportamiento decidirá la normalización de los mensajes que se proporcionará a los trabajadores durante la campaña, por ejemplo, material impreso (y plastificado si es posible) que pueda ser conservado y utilizado como recordatorio. Otras opciones posibles será enviarles videos o textos por WhatsApp o SMS (según la importancia del uso de los medios sociales y teléfonos móviles entre los trabajadores de la campaña) que pueden servir de herramienta u orientación. Independientemente del medio utilizado –electrónico o impreso–, lo importante es proporcionar a los trabajadores de la campaña herramientas que les ayuden a asimilar los mensajes recibidos durante la capacitación, y que no hubieran podido retener entonces a causa de la limitada duración de la capacitación.

⁷ Véase también Véase Alianza para la Prevención del Paludismo. Orientaciones *Training for implementing ITN mass distribution campaigns in the context of COVID-19*. Próxima publicación en línea.

Interacción de las personas adecuadas en el momento oportuno y en todos los niveles, y suministro de herramientas apropiadas para el cambio social y de comportamiento

El subcomité para el cambio social y de comportamiento revisará los planes de sensibilización a todos los niveles para incluir a las personas adecuadas en las actividades de interacción y comprobar que tienen los conocimientos necesarios para abordar o mitigar los problemas que surjan durante la realización de las actividades. El subcomité para el cambio social y de comportamiento revisará la lista de personas u organizaciones que hayan participado en las reuniones de sensibilización de campañas anteriores, así como la participación de esas personas u organizaciones en las actividades de cambio social y de comportamiento y hará las adaptaciones necesarias para fortalecer el resultado de la sensibilización. El potencial de transmisión de rumores y de información errónea durante las campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida será más alto en el contexto de la COVID-19; por consiguiente, es esencial velar por que todos líderes políticos, no solo los que están en el poder, participen en las actividades y tengan la voluntad de apoyarlas y no de socavarlas.

La participación a nivel comunitario deberá ser representativa de la diversidad de personas, grupos y organizaciones con influencia en la población y consideradas por esta como “fuentes de información fidedigna”. Los representantes deben estar convencidos de la importancia de continuar la distribución de mosquiteros tratados con insecticida en el contexto de la COVID-19 y deberán recibir ejemplos concretos sobre la manera en que la interacción y el apoyo que ellos ofrezcan contribuirán al éxito de las actividades. El interés por la distribución de los mosquiteros tratados con insecticida y la identificación de la comunidad con ésta es más importante aún en el contexto la COVID-19 a causa, principalmente, del riesgo de rechazo hacia las personas o cosas ajenas a la comunidad o al hogar.

Para la sensibilización de las personas y los representantes de grupos y organizaciones y facilitar su posterior interacción, se les proporcionará suficiente material informativo, para que puedan transmitir una información coherente, correcta y uniforme antes, durante y después de la distribución de mosquiteros tratados con insecticida. El material informativo podrá incluir:

- información básica sobre la situación del país frente al paludismo, el riesgo que supone suspender la realización de una campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida, los objetivos que se espera conseguir con la campaña y la forma en que esta será adaptada a las medidas de prevención de la COVID-19;
- información sobre los mosquiteros tratados con insecticida que se distribuyen en la campaña, especialmente cuando sean nuevos o de diferentes tipos (ateniéndose a las decisiones nacionales en el caso de campañas de distribución de productos diversos⁸).
- preguntas frecuentes sobre la COVID-19 (elaboradas en colaboración con el grupo de trabajo de emergencia para la COVID-19), el paludismo y los mosquiteros tratados con insecticida que se distribuyen en la campaña;
- mensajes esenciales que se han de transmitir antes, durante y después de la campaña;
- rumores potenciales y datos que ayuden a contrarrestarlos si fuera necesario;⁹
- carteles de diferentes tamaños para colocarlos en puntos estratégicos donde puedan ser vistos por muchas personas;
- productos para dar visibilidad a la campaña, como camisetas y gorras, que puedan ser utilizados como prendas de vestir y como muestra de apoyo e interacción en la campaña de mosquiteros tratados con insecticida;

⁸ Véase también Alianza para la Prevención del Paludismo. Orientaciones: *Planning and operational recommendations for multi-product campaigns*. <https://allianceformalariaprevention.com/amp-tools/tools-resources/>

⁹ 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*. <https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/COVID-19-rumour-management-plans-esp/>

- una lista de las personas de contacto que se pueda consultar en caso de dudas o problemas antes, durante y después de la distribución de mosquiteros tratados con insecticida;
- Otro material impreso o de apoyo según lo previsto en los planes de la campaña.

Cuando se prevea la participación de personas o representantes de grupos u organizaciones en foros mediáticos (radio, Facebook en vivo, televisión, Tik Tok, etc.), el subcomité para el cambio social y de comportamiento preparará guiones que ayuden a transmitir mensajes claros y coherentes. Estos no divergirán de los aspectos más importantes de la distribución de mosquiteros tratados con insecticida en el contexto de la COVID-19.

Interacción con los medios de comunicación como asociados fundamental

Los medios de comunicación tradicionales (especialmente la radio y la televisión, según la zona donde se haga la distribución), serán los medios más seguros que puedan utilizarse en el contexto de la COVID-19. Tienen también la ventaja de que es posible transmitir mensajes claros, coherentes y uniformes a amplios grupos de personas a la vez. Los medios de comunicación pueden actuar como aliados o adversarios; por consiguiente, es esencial que los representantes de los hogares que trabajen en medios de comunicación reciban una información correcta acerca de la campaña, incluidas las medidas adoptadas para la prevención de la COVID-19, para evitar que, por medios o vías fácilmente accesibles a las personas, se difundan informaciones erróneas o falsas que, en el mejor de los casos, disminuirán los resultados de la campaña y, en el peor, irán en detrimento de la seguridad de los trabajadores de la campaña.

Los seminarios con los medios de comunicación sobre cuestiones sanitarias suelen ser más provechosos cuando locutores, portavoces sanitarios y líderes comunitarios se reúnen al mismo tiempo para planificar la participación en debates, entrevistas y programas con invitados especiales. Sin embargo, en el contexto de la COVID-19, es posible que se admitan sólo reuniones de pocas personas (y que deban observarse las normas relativas a instalaciones para el lavado de las manos, al distanciamiento físico, etc.). Habida cuenta de que los representantes de los medios de comunicación, al menos a nivel central y regional, suelen contar con buenas conexiones a internet para buscar historias e informar al respecto, se examinará la posibilidad de organizar reuniones a distancia mediante distintas plataformas, como Zoom, Skype o WhatsApp. Sea cual fuere el método de interacción con los medios de comunicación, estos recibirán buena parte de la información sobre la sensibilización y las reuniones de interacción, descritas más arriba.

En el caso de que se utilicen los servicios de una estación de radio comunitaria, quizás sea necesario organizar orientaciones presenciales a causa del limitado acceso a las plataformas virtuales. En estos casos, el tiempo de la orientación será el estrictamente necesario para entregar el material de información a los representantes de las estaciones de radio comunitarias, y los datos de contacto del personal responsable del cambio social y de comportamiento en caso de que surjan interrogantes sobre el tema, por ejemplo, si reciban llamadas de personas con preguntas sobre informaciones erróneas o falsas que se difunden entre los miembros de una comunidad.

Utilidad del alcance de los medios sociales

Los medios sociales y las aplicaciones de mensajería son buenas plataformas para proporcionar, a bajo costo y de forma oportuna, información práctica y actualizada sobre las distribuciones de mosquiteros tratados con insecticida y, en muchos casos, para llegar a una amplia audiencia. En los lugares donde los medios sociales tengan un amplio uso, se verificará cuáles son los más utilizados (cotejar el porcentaje de uso de Facebook, Twitter, WhatsApp, etc.) y se les dará preferencia como medios de información. Aunque el uso de una plataforma digital no sea costoso (es relativamente el caso de los mensajes promocionales por Facebook), la elaboración de mensajes audiovisuales de calidad exige un presupuesto adecuado. Aunque los programas nacionales de paludismo y los asociados pueden

utilizar herramientas económicas, como una cámara o un smartphone, para hacer videos cortos que ilustren los comportamientos apropiados, es probable que estos resulten menos eficaces que los audiovisuales elaborados de forma profesional para captar la atención de las personas. Algunos ejemplos de los temas que podrían abordarse en los videos son:

- la manera en que se procederá a la inscripción de los hogares y a la distribución de mosquiteros tratados con insecticida, y necesidad de mantener un distanciamiento físico entre personas;
- uso y cuidado de los mosquiteros tratados con insecticida (instrucciones sobre la forma de colgarlos y de ventilarlos);
- medidas de protección contra la COVID-19 adoptadas por los trabajadores de la campaña para proteger contra la transmisión de esta enfermedad a las personas que reciben mosquiteros tratados con insecticida (principalmente mediante el distanciamiento físico y el lavado de manos) y, donde se ponga a disposición, uso del equipo de protección personal.

La difusión de estos videos cortos resulta especialmente eficaz en los centros urbanos donde pueden ser difundidos por televisión y los medios sociales, así como en las zonas rurales que tienen acceso a las cadenas de televisión nacionales. Puesto que la difusión de estos videos tendrá una incidencia en el presupuesto, se comprobará la posibilidad de proyectarlos por una gran variedad de medios y a una amplia audiencia.

Se recurrirá a personas influyentes en los medios sociales para llegar a una amplia audiencia con mensajes apropiados sobre la COVID-19, el paludismo y los mosquiteros tratados con insecticida; se podría solicitar también la intervención de esas personas cuando surjan rumores o informaciones falsas o erróneas para que ayuden a corregir las percepciones y creencias.

Cuando se opte por el uso de los medios sociales como principal medio de difusión de la información, se incluirá en la planificación y en el presupuesto para el cambio social y de comportamiento el costo de personal de la campaña que será responsable exclusivamente del desarrollo y de la difusión de publicaciones digitales y de la información destinadas al público, así como del seguimiento de los diferentes medios y vías por los que circulan rumores o información errónea o falsa acerca de la campaña, el paludismo, la COVID-19 o los mosquiteros tratados con insecticida. Este personal será responsable también de explorar los problemas que se presenten en diferentes medios sociales, y de informar al respecto diariamente al comité de coordinación nacional, incluidos los problemas que deban ser abordados de forma más oficial, por el gobierno y los asociados.

WhatsApp, una de las plataformas más utilizadas en África,¹⁰ ofrece a los miembros del personal de una campaña la posibilidad de enviar mensajes fuera de la plataforma a diferentes redes y grupos sociales, coordinar estrechamente sus actividades y mantenerse informados entre ellos. Por ejemplo, pueden formar grupos de supervisores, monitores, equipos distritales y comunitarios, a fin de compartir información con regularidad y de forma oportuna. También es una buena plataforma para enterarse de los rumores que circulan, la amplitud que estos han alcanzado y el efecto que tienen en la distribución de mosquiteros tratados con insecticida, con el objeto de buscar colectivamente la mejor manera de contrarrestarlos.

Véase también Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, consejos para el uso de redes sociales, Comunicación de información sobre riesgos e interacción

¹⁰ Quartz Africa, WhatsApp is so popular in Africa, even knock-off versions are used more often than Facebook, por Yomi Kazeem, reportero de África, 5 de marzo de 2020, en la página <https://qz.com/africa/1804859/fake-whatsapp-app-more-popular-than-facebook-instagram-in-africa/>

comunitaria en relación con el coronavirus (COVID-19) (<https://communityengagementhub.org/wp-content/uploads/sites/2/2020/04/Tips-para-Redes-Sociales-COVID-191.pdf>)

Participación de las comunidades y de las personas que tienen influencia sobre ellas

Las personas influyentes de la comunidad desempeñarán una importante función en las actividades de cambio social y de comportamiento y, por consiguiente, deberán sentirse identificadas con la campaña de distribución. Personas de influencia en la comunidad son los jefes de aldeas, los líderes religiosos, las presidentas de grupos de mujeres o los líderes de la juventud. Pueden ser también miembros de la comunidad que no tienen una condición “formal” en la estructura comunitaria, pero que infunden mucho respeto.

Las personas influyentes probablemente serán:

- las primeras personas a las que se hagan preguntas sobre la campaña de mosquiteros tratados con insecticida, la transmisión de la COVID-19 y los posibles riesgos que podrían correr los miembros de la comunidad que consideren la participación en alguna actividad de la campaña;
- las primeras personas de la comunidad que podrían corregir las noticias falsas, acabar con los rumores y prevenir el pánico;
- las personas capaces de resolver eventuales litigios mediante la proposición de soluciones locales; por ejemplo, cuando los hogares reciben una cantidad de mosquiteros tratados con insecticida que no corresponde a lo esperado; la gestión de cantidades insuficientes de mosquiteros durante la distribución, o la gestión de los que quedan tras la última distribución;
- unos de los primeros agentes de movilización social (porque facilitan el acceso de los trabajadores de la campaña a la comunidad, e incitan a los hogares a participar plenamente en la campaña).

A pesar de las actividades de cambio social y de comportamiento, algunos hogares pueden rechazar su inscripción a la distribución, negarse a recibir mosquiteros tratados con insecticida y/o a la colocación de una marca en su vivienda. Si la distribución se hace en un puesto fijo modificado en el contexto de la COVID-19, puede ocurrir que las personas no quieran salir de su casa para ir a buscar los mosquiteros tratados con insecticida, especialmente si corre la voz de que hay agolpamientos en el lugar de distribución y de que no hay una buena organización. En este tipo de situaciones, puede ser vital la intervención de las personas influyentes de la comunidad (incluso más que la intervención de las autoridades estatales) para que el personal de la campaña tenga acceso a la comunidad y a sus miembros.

Véase Roles and responsibilities of community leaders in ITN campaigns during COVID-19 pandemic. Próxima publicación en línea. Contiene información adicional sobre la participación de los líderes de la comunidad en la distribución de mosquiteros tratados con insecticida en el contexto de la pandemia de COVID-19.

En la elaboración de herramientas, material y capacitación para las personas influyentes de la comunidad, se tendrá en cuenta los siguientes aspectos del cambio social y de comportamiento:

- lo que las comunidades pueden esperar del personal de la campaña y la manera en que se procederá a la inscripción de los hogares y a la distribución de mosquiteros tratados con insecticida;
- lo que se debe hacer después de recibir los mosquiteros tratados con insecticida (por ejemplo, lavarse las manos, ventilar y colgar los mosquiteros, dormir debajo de ellos, cuidarlos, remendar los rasgones);

- la consolidación de normas sociales positivas; por ejemplo, las personas responsables hacen todo por proteger a sus familias, vecinos y convecinos, y por protegerse a sí mismas contra el paludismo y contra la COVID-19;
- la promoción de un sentido de autoeficacia, es decir, todas las personas tienen la capacidad de lograr buenos resultados mediante acciones positivas, que incluyen observar las medidas de prevención del paludismo y las medidas publicadas por el gobierno para prevenir la COVID-19;
- énfasis en los peligros que conlleva el paludismo, para que la comunidad no perciba de forma sesgada el riesgo asociado a esta enfermedad y lo minimice en el contexto de la pandemia de COVID-19.

Las organizaciones confesionales (nacionales o comunitarias) son especialmente útiles para fortalecer la movilización social y los mensajes relativos al comportamiento en el contexto de la COVID-19¹¹. Su intervención y su activa participación en la campaña puede contrarrestar algunas de las teorías alternativas acerca de la transmisión y la prevención de la COVID-19, así como corregir cualquier información errónea que surja antes, durante y después de la campaña.

Uso de la comunicación interpersonal sin contacto

Muchas personas carecen de radio o tienen un acceso limitado a ella, sobre todo en las zonas rurales remotas o en los lugares de difícil acceso. Puesto que el acceso de los hogares a establecimientos sanitarios también puede ser limitado (y por consiguiente el tratamiento o diagnóstico del paludismo), es extremadamente importante que reciban mosquiteros tratados con insecticida, así como información sobre el uso adecuado de estos y la manera de cuidarlos. En estos casos, quizás haga falta utilizar algún tipo de comunicación interpersonal.

Puesto que en el contexto de la COVID-19, la comunicación interpersonal resultará, probablemente, muy limitada, será necesario considerar las siguientes posibilidades:

- suministro de información esencial sobre el paludismo y sobre el uso de los mosquiteros tratados con insecticida y la COVID-19 en el momento de la inscripción o de la distribución (cuando esta se haga puerta a puerta). Sin embargo, es oportuno evitar sobrecargar de información a los trabajadores de la campaña y a los hogares puesto que el tiempo para transmitir la información será, probablemente, limitado, lo que aumenta la posibilidad de una comunicación incorrecta de los mensajes, así como de confusión y malas interpretaciones por parte de los hogares;
- suministro de orientaciones o herramientas apropiadas a los trabajadores de la campaña que deben entablar comunicaciones interpersonales. Este material informativo será claro y conciso y recordará al personal de la campaña que debe protegerse a sí mismo y a los suyos de la transmisión de la COVID-19; contendrá también mensajes sobre el paludismo, el procedimiento para hacer diagnósticos y tratar la fiebre (en consonancia con las orientaciones y los protocolos nacionales) e información sobre los mosquiteros tratados con insecticida y la manera de colgarlos, cuidarlos y remendar los rasgones;
- ampliar el uso de voceadores y unidades móviles, así como de megáfonos por parte de los trabajadores de la campaña, sin olvidar que subsisten riesgos si no se acatan las medidas de prevención de la COVID-19 (en especial porque los niños suelen correr detrás de los voceadores y de las unidades móviles, formando aglomeraciones).

¹¹ Véase también Organización Mundial de la Salud. (2020). Cuestiones prácticas y recomendaciones para los líderes religiosos y las comunidades confesionales en el marco de la COVID-19: orientaciones provisionales, 7 de abril de 2020. Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/332047>. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

Plan para poner de relieve las medidas de seguridad de los trabajadores de la campaña y de los representantes de los hogares durante la campaña de distribución de mosquiteros tratados con insecticida

Todas las personas que intervengan en la campaña –trabajadores y representantes de los hogares– deberán sentirse tranquilas y convencidas de que se han tomado todas las medidas posibles para prevenir la transmisión de la COVID-19 en la realización de las actividades de la campaña. Por consiguiente, se planificará la capacitación, la información y la orientación de manera que incluyan los siguientes objetivos:

- los trabajadores de la campaña asimilarán correctamente todas las medidas de prevención de la COVID-19 (por ejemplo, manera y frecuencia de lavarse las manos), sabrán utilizar correctamente el material de protección personal que reciban (como jabón y desinfectante para las manos y mascarillas), y el equipo para hacer controles de salud (termómetros infrarrojos, formularios de control de la salud);
- los trabajadores de la campaña se pondrán y se quitarán el equipo de protección personal sin dificultades y comprenderán la importancia de eliminar adecuadamente el equipo no reutilizable, al terminar la jornada de trabajo y al fin de la campaña de distribución;
- los trabajadores de la campaña sabrán lo que deben hacer al final del día con el equipo reutilizable, como las mascarillas de tela (manera de lavarlas, tipo de jabón, cómo secarlas).

Además, será necesario transmitir una información clara y coherente por todos los medios posibles, especialmente la emisora de radio comunitaria, sobre las adaptaciones de la estrategia para poder realizar la campaña en el contexto de la COVID-19 y para velar por la seguridad de los hogares que reciben mosquiteros tratados con desinfectante. Se informará acerca de los procedimientos para recibir los mosquiteros y se explicará claramente las medidas de prevención de la COVID-19 que adoptarán los trabajadores de la campaña y los representantes de los hogares. Por ejemplo, para evitar frustraciones, si se organizan distribuciones en puestos fijos, se informará por todos los medios que los miembros de las comunidades podrán acudir a ellos solo si llevan una mascarilla puesta.

Los trabajadores en la campaña y los representantes de los hogares también confiarán en que esas medidas de seguridad los protegerán eficazmente contra la COVID-19. Por consiguiente, es importante que comprendan que diferentes fuentes nacionales e internacionales (ministerio de Salud, OMS, etc.) las han adoptado como la mejor manera de protegerlos contra esa enfermedad.

Cambio social y de comportamiento en la gestión de los puestos de distribución fijos modificados o adaptados

Al tiempo que muchos países han dado preferencia a las distribuciones de puerta en puerta, varios han optado por las distribuciones en puestos fijos adaptados o modificados. Las adaptaciones pueden consistir en los siguientes procedimientos:

- los representantes de los hogares acuden a los puestos fijos el mismo día o al día siguiente de la inscripción y la entrega de vales (si estos forman parte de la estrategia);
- el ingreso de los representantes de los hogares a los sitios fijos de distribución se hace por grupos específicos de hogares, por orden del número seriado de los vales, por orden alfabético o por medio de otra estrategia que haga posible el control de las aglomeraciones de personas, la limitación del contacto físico que no sea necesario y la proximidad entre las personas.

La comunicación sobre el cambio social y de comportamiento señalará con claridad la manera en que se efectuará la distribución de mosquiteros tratados con insecticida en los puestos fijos y las medidas de prevención de la COVID-19 adoptadas para proteger a las personas que reciben mosquiteros tratados con insecticida. Los hogares recibirán información sobre los pormenores de la distribución antes de acudir al puesto de distribución. Esta información será transmitida por radio, mediante

voceadores y unidades móviles o por megáfonos utilizados por el personal de la campaña. Algunos pormenores serán:

- los días en que se distribuirán los mosquiteros tratados con insecticida;
- la forma en que se adaptarán espacios para hacer controles de salud y detectar posibles casos de COVID-19 a la entrada del puesto de distribución;
- las marcas que habrá en el piso para ayudar a mantener cierta distancia física entre personas y la importancia de respetar esta distancia;
- los lugares y la manera en que las personas se podrán lavar las manos en el puesto de distribución;
- la admisión de un solo representante por hogar en la zona de distribución, con la exclusión de niños (sea que estén con el padre o la madre o solos);
- la organización del puesto de distribución y del personal de la campaña para mantener las medidas de prevención de la COVID-19;
- el eventual uso de mascarillas por parte de los representantes de los hogares en el puesto de distribución;
- la obligación de las personas de dejar el puesto de distribución si no respetan las medidas de seguridad destinadas a proteger a todas las personas presentes en él.

Si los hogares disponen de una sólida información sobre el cambio social y de comportamiento antes de acudir a los lugares de distribución, sabrán lo que se espera de ellos, y el personal de la campaña podrá desempeñar sus funciones sin dificultades y ocuparse de la gestión de la distribución.

Habida cuenta de que la capacitación en materia de salud será limitada, en los puestos de distribución se expondrá material de cambio social y de comportamiento con diversos mensajes importantes (por ejemplo, carteles con instrucciones sanitarias) a la entrada del área principal de distribución. La exposición de ese material no disminuye la importancia de la capacitación de todo el personal de los puestos de distribución fijos en la manera en que deben transmitir los mensajes de cambio social y de comportamiento a los hogares. También es muy importante que el personal sepa cómo actuar en caso de que surjan problemas durante la distribución (litigios, rumores, personas con síntomas que hacen pensar en la COVID-19, etc.).

Dificultades y oportunidades en las zonas urbanas y rurales

Las estrategias de cambio social y de comportamiento son distintas en las zonas urbanas y rurales puesto que la información se difunde por diferentes medios o, para ser más exactos, mediante los mismos medios, pero en cantidades diferentes (por ejemplo, al tiempo que el uso de los medios sociales puede ser bajo en las zonas rurales a causa del escaso alcance de la red de conexión a internet, la utilización de estos mismos medios puede ser importante en las zonas urbanas donde hay extensas redes de comunicación). Además de los diferentes niveles de acceso a los distintos medios de comunicación, es importante tener en cuenta las normas y diferencias de orden político, socioeconómico, religioso y cultural. El subcomité para el cambio social y de comportamiento tendrá en cuenta todos esos factores cuando determine la mejor forma de proporcionar información clara, coherente y uniforme a las comunidades y hogares que reciben mosquiteros tratados con insecticida. La tabla que figura a continuación contiene consideraciones básicas para la elaboración de una estrategia de cambio social y de comportamiento en las zonas urbanas y rurales, que pueden ser ampliadas, y añadidas a la información específica del país donde se hace la distribución para lograr una mejor planificación del cambio social y de comportamiento

Contexto	Retos	Oportunidades
----------	-------	---------------

<p>Urbano</p>	<p>Dificultad para mantener el distanciamiento físico como medida de prevención de la COVID-19.</p> <p>Las estructuras son menos tradicionales; por consiguiente, los líderes comunitarios tienen menos influencia y las redes de trabajadores de salud comunitarios están, con frecuencia, menos desarrolladas.</p> <p>Los rumores y la información errónea circulan con más rapidez por los medios sociales y, probablemente, es más difícil contenerlos y gestionarlos.</p>	<p>El equipo de protección personal es más asequible, por lo que el uso de mascarillas y guantes puede ser obligatorio en los puestos fijos de distribución de mosquiteros tratados con insecticida.</p> <p>Amplio acceso a las estaciones de radio y televisión nacionales.</p> <p>La accesibilidad a la red vial urbana permite hacer anuncios públicos mediante vehículos motorizados.</p> <p>Los lugares habituales de embotellamientos o congestiones vehiculares son una oportunidad para poner letreros y grandes carteles informativos con textos sencillos e imágenes impactantes.</p> <p>Amplio uso de los medios sociales, que pueden servir para:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● difundir mensajes en formato audiovisual; ● enterarse de la información errónea y de los rumores que circulan, a fin de contrarrestarlos.
<p>Rural</p>	<p>Barreras de acceso a las comunidades que viven en lugares remotos y en zonas de difícil acceso.</p> <p>Menos acceso a la televisión y a los medios sociales para transmitir mensajes audiovisuales sobre el cambio social y de comportamiento.</p> <p>La insuficiencia de recursos básicos, como agua corriente y jabón, pueden dificultar la aplicación de las medidas de prevención de la COVID-19.</p> <p>Mayores dificultades para contrarrestar los rumores y la información errónea cuando una fuente local de confianza interviene en su difusión.</p>	<p>Es más fácil mantener la distancia física entre personas para prevenir la transmisión de la COVID-19.</p> <p>Las estructuras tradicionales (como municipalidades) suelen expedir y poner en ejecución las normas sociales y tienen mucha influencia en las comunidades.</p> <p>Las reuniones comunitarias pueden efectuarse al aire libre en zonas donde puede mantenerse un distanciamiento físico.</p> <p>El sentido de comunidad puede aumentar el deseo de buscar soluciones locales a los embotellamientos y problemas (por ejemplo, el transporte de mosquiteros tratados con insecticida a comunidades remotas).</p>

Cambio social y de comportamiento después de la distribución

A menudo se desatiende el cambio social y de comportamiento en cuanto acaba una distribución por falta de una planificación adecuada o por dificultades organizativas, como la falta de recursos humanos y/o de fondos. Sin embargo, es importante mantener la actividad de cambio social y de comportamiento después de una campaña para fortalecer los mensajes esenciales difundidos durante su realización. El subcomité para el cambio social y de comportamiento considerará los siguientes aspectos cuando planifique las actividades que podrían realizarse en este ámbito después de la campaña:

- calendario: decidir la duración que deberán tener las actividades de cambio social y de comportamiento después de la campaña, para asegurarse de la consecución de los objetivos de la campaña: utilización adecuada de los mosquiteros tratados con insecticida (colgarlos) y

momento en que deben utilizarse (todas las noches). Incluso si se fija un calendario durante el periodo de planificación, los países pueden prolongarlo si aumentan los casos de paludismo y/o de COVID-19 para asegurarse del buen uso de los mosquiteros tratados con insecticida y promover un comportamiento adecuado de búsqueda de atención sanitaria.

- actividades: las actividades que se han llevado a cabo después de campañas de distribución de mosquiteros tratados con insecticida se han limitado, por lo general, a la comunicación sobre el cambio social y de comportamiento; sin embargo, en el contexto de la COVID-19, puede ser más eficaz hacer una mezcla de actividades de sensibilización e interacción, movilización social y comunicación sobre el cambio social y de comportamiento para poder cambiar con regularidad los mensajes y los medios para abordar los problemas a medida que se presentan (por ejemplo, movilización de las comunidades para hacerles comprender el interés de que los enfermos de COVID-19 tengan acceso a mosquiteros tratados con insecticida, y de no estigmatizar a las personas de las que se sospeche o se ha confirmado que tienen COVID-19);
- mensajes esenciales: se decidirá acerca de los mensajes esenciales que se difundirán a las comunidades y sobre la manera en que estas utilizarán y fortalecerán los mensajes difundidos durante la distribución. El personal seguirá de cerca la situación sobre el paludismo y la COVID-19, incluida la gestión de los casos de paludismo, para determinar si han disminuido las visitas a establecimientos sanitarios y ajustar convenientemente los mensajes a la situación. Los mensajes esenciales consistirán, por ejemplo, en recordar la necesidad de que las personas de las que se sospeche o se ha confirmado que tienen COVID-19 duerman solas y reciban un mosquitero tratado con insecticida para cubrir el espacio donde duermen, o en acentuar la importancia de una correcta gestión de los casos de paludismo entre los niños de menos de cinco años y las mujeres encintas. Si aumentan los casos de paludismo y se sabe que en los hogares hay mosquiteros tratado con insecticida sin utilizar, será necesario emprender una campaña de cambio social y de comportamiento en esas zonas concretas para incentivar el uso regular y correcto de los mosquiteros tratados con insecticida. Además, en las comunidades más afectadas por la COVID-19, quizás sea necesario transmitir instrucciones específicas a los hogares sobre lo que deberán hacer con los mosquiteros tratados con insecticida que hayan sido utilizados por personas que tuvieron la COVID-19 y que se han recuperado o han fallecido).
- Medios e intermediarios: para determinar cuáles serán los medios y los intermediarios más útiles para el cambio social y de comportamiento después de la distribución de mosquiteros tratados con insecticida, se consultarán, si es posible, los datos colectados durante la campaña acerca de las fuentes de información. Al tiempo que se refuerzan esos medios, se limitará la inversión de fondos que ya son generalmente insuficientes en medios menos útiles. Los líderes comunitarios podrían ayudar a canalizar el cambio social y de comportamiento después de una distribución, a causa de su presencia continua en las comunidades y del acceso que tienen a ellas. Asimismo, pueden hacer comprender y observar comportamientos positivos (por ejemplo, proponer nuevos usos apropiados de los mosquiteros viejos) con el ánimo de establecer normas sociales comunitarias.

El cambio social y de comportamiento después de la distribución se basará en los datos disponibles, incluidos los contenidos en el sistema de gestión de la información y/o en los relativos al uso en diferentes regiones del país de los mosquiteros tratados con insecticida en función del acceso a estos¹², a fin de utilizar los mejores enfoques, esfuerzos e inversiones específicos donde sea necesario, por ejemplo, en lugares donde hay muchos casos de paludismo en las comunidades y se utilizan poco los mosquiteros tratados con insecticida, a pesar de que existe un amplio acceso a ellos. El cambio social y de comportamiento se centrará también en zonas donde existe el riesgo de una mala utilización de los mosquiteros tratados con insecticida y se buscarán medios y actividades adecuados

¹² <https://www.vector-works.org/resources/itn-access-and-use/>

para acabar con las barreras existentes en esas comunidades y prevenir el paludismo mediante el uso de los mosquiteros tratados con insecticida. La supervisión y el seguimiento de los datos de la campaña, como se describe más arriba, servirán también para ajustar los medios y vías utilizados a los más eficaces en función del costo cuando los recursos sean limitados.

Plan para la gestión de los rumores y la información errónea

La planificación para seguir el rastro de los rumores y gestionarlos es importante. La experiencia con la crisis del ébola en África occidental mostró la complejidad de la gestión de los rumores durante una crisis. Es importante que los países hagan una evaluación de los riesgos potenciales y elaboren medidas para mitigarlos. Asimismo, es necesario que definan medios claros para la comunicación del cambio social y de comportamiento respecto de los elementos que se mencionan a continuación y que pueden servir para completar la información basada en los programas nacionales sobre el paludismo:

- reacción del público en general ante el despliegue de las fuerzas de seguridad para hacer cumplir las medidas relativas al COVID-19 y miedo de la violencia de las fuerzas de seguridad;
- miedo de otras personas y de posibles agresiones: xenofobia, grupos marginados;
- mayor confianza a los medios de comunicación tradicionales y a los medios sociales; estos pueden tener menos alcance que las medidas de cambio social y de comportamiento tradicionales y no ser tan fiables como las medidas locales de cambio social y de comportamiento transmitidas por agentes conocidos de la comunidad;
- rumores acerca de campañas de distribución de productos diversos;
- rumores de que de los mosquiteros tratados con insecticida son vectores de la COVID-19;
- rumores de que los trabajadores de la campaña propagan la COVID-19;
- rumores sobre productos chinos.

Es importante que las funciones y responsabilidades estén claramente definidas en la campaña para contrarrestar la información errónea, los rumores, las falsas noticias, etc. Los líderes comunitarios son habitualmente los primeros que pueden responder a los rumores y a las falsas noticias, siempre que esté claro que esto forma parte de su función y de su responsabilidad, y que se les hayan proporcionado los conocimientos y las herramientas adecuados para intervenir en esos casos.

Es especialmente importante que haya personal capacitado para seguir de cerca las plataformas de los medios sociales y comprobar si se difunde información exacta. Mediante el uso de una sola plataforma, el personal debe tener la capacidad de responder rápidamente a toda información errónea o a rumores.

Los países pueden consultar varios recursos para desarrollar un plan de gestión de los rumores, como los siguientes:

- 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*. <https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/COVID-19-rumour-management-plans-esp/>.
- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y Breakthrough ACTION, Creating a real-time rumour management system for COVID-19, 22 de abril de 2020. <https://breakthroughactionandresearch.org/covid-19-technical-resources/creating-a-real-time-rumor-monitoring-system/> (https://covid19communicationnetwork.org/wp-content/uploads/2020/04/Creating-a-Real-Time-Rumor-Management-System-Technical-Brief_v1.0.pdf)
- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y Breakthrough ACTION, COVID-19 Rumor Tracking. A Technical Brief., 24 de marzo de 2020

https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/strengthening_tools/COVID-19%20Rumor%20Tracking%20-%20Technical%20Brief_v1.1.pdf .

Planificación de un cambio social y de comportamiento adecuado a campañas de diversos productos

Si se planifica una campaña de diversos productos, el subcomité para el cambio social y de comportamiento deberá prestar especial atención a las diferencias posibles entre los mosquiteros tratados con insecticida distribuidos; por ejemplo, de polietileno en algunos distritos y de poliéster en otros. En los países donde existan datos sobre las preferencias de los hogares por uno u otro tipo de material de fabricación, será importante elaborar mensajes específicos para abordar el asunto y las informaciones erróneas que incidan en las preferencias y hagan correr el riesgo de reducir la participación de los hogares en las distribuciones o de aumentar el rechazo de los mosquiteros y/o de la cantidad de los que se utilizan poco o nunca. Si, en el contexto de la COVID-19 se planifica la distribución de diferentes tipos de mosquiteros tratados con insecticida en distintas partes de un país, se aplicarán también muchas de las consideraciones planteadas respecto del cambio social y de comportamiento y de las campañas de distribución de diversos productos antes de la aparición de la COVID-19¹³ .

Se prestará especial atención a la planificación de la gestión de los rumores relacionados con las campañas de diversos productos en contextos donde las personas sientan que su situación económica y social ya es, de por sí, desventajosa. Algunos ejemplos de posibles rumores serían:

- en una comunidad cercana, las personas reciben mosquiteros “de mejor calidad” que nosotros;
- el gobierno suministra mosquiteros de “muy baja calidad” (durante distribuciones de rutina en centros de atención prenatal);
- nos estigmatizan con estos tipos de mosquitero porque saben que no nos gustan, pero nos los dan de todas maneras;
- este tipo de mosquitero en particular produce COVID-19 (un rumor que puede extenderse si hay muchos casos de COVID-19 en la zona donde se distribuye un tipo específico de mosquitero, en comparación con otras zonas o tipos de mosquiteros).

Información sobre las actividades de cambio social y de comportamiento durante la campaña

Al tiempo que se realiza la campaña, se irán recogiendo las lecciones aprendidas por medio de los líderes comunitarios y los trabajadores de la campaña que ejerzan la función de supervisión y seguimiento, así como por medio del personal distrital y subdistrital del ministerio de Salud que trabaja en el cambio social y de comportamiento. Toda la información recogida servirá para mejorar o adaptar las actividades de cambio social y de comportamiento que se realicen durante y después de la campaña. Si una campaña se realiza en diferentes etapas, es sumamente importante basarse en las lecciones aprendidas, planificar en relación con los rumores de los que se haya tenido conocimiento y hacer todas las mejoras posibles para fortalecer los mensajes relativos a las distribuciones de mosquiteros tratados con insecticida.

¹³ Véase Alianza para la Prevención del Paludismo *Planning and operational recommendations for multi-product ITN campaigns*. <https://allianceformalariaprevention.com/amp-tools/tools-resources/>