

MANUAL DE COMUNICACIÓN

SOBRE EL USO RACIONAL DE ANTIMICROBIANOS PARA LA CONTENCIÓN DE LA RESISTENCIA

OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas

MANUAL DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO RACIONAL DE ANTIMICROBIANOS PARA LA CONTENCIÓN DE LA RESISTENCIA

Washington, D.C., 2021

OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas

MANUAL DE COMUNICACIÓN SOBRE EL USO RACIONAL DE ANTIMICROBIANOS PARA LA CONTENCIÓN DE LA RESISTENCIA

© Organización Panamericana de la Salud, 2021

ISBN: 978-92-75-32367-0 (impreso)

ISBN: 978-92-75-32368-7 (pdf)

Algunos derechos reservados. Esta obra está disponible en virtud de la licencia Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Organizaciones intergubernamentales de Creative Commons (CC BY-NC-SA 3.0 IGO); <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.es>.



Con arreglo a las condiciones de la licencia, se permite copiar, redistribuir y adaptar la obra con fines no comerciales, siempre que se utilice la misma licencia o una licencia equivalente de Creative Commons y se cite correctamente, como se indica a continuación. En ningún uso que se haga de esta obra debe darse a entender que la Organización Panamericana de la Salud (OPS) respalda una organización, producto o servicio específicos. No está permitido utilizar el logotipo de la OPS.

Adaptaciones: si se hace una adaptación de la obra, debe añadirse la siguiente nota de descargo junto con la forma de cita propuesta: "Esta publicación es una adaptación de una obra original de la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Las opiniones expresadas en esta adaptación son responsabilidad exclusiva de los autores y no representan necesariamente los criterios de la OPS".

Traducciones: si se hace una traducción de la obra, debe añadirse la siguiente nota de descargo junto con la forma de cita propuesta: "La presente traducción no es obra de la Organización Panamericana de la Salud (OPS). La OPS no se hace responsable del contenido ni de la exactitud de la traducción".

Forma de cita propuesta: Manual de comunicación sobre el uso racional de antimicrobianos para la contención de la resistencia. Washington, D.C.: Organización Panamericana de la Salud; 2021. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://doi.org/10.37774/9789275323687>.

Datos de catalogación: pueden consultarse en <http://iris.paho.org>.

Ventas, derechos y licencias: para adquirir publicaciones de la OPS, escribir a sales@paho.org. Para presentar solicitudes de uso comercial y consultas sobre derechos y licencias, véase www.paho.org/permissions.

Materiales de terceros: si se desea reutilizar material contenido en esta obra que sea propiedad de terceros, como cuadros, figuras o imágenes, corresponde al usuario determinar si se necesita autorización para tal reutilización y obtener la autorización del titular del derecho de autor. Recae exclusivamente sobre el usuario el riesgo de que se deriven reclamaciones de la infracción de los derechos de uso de un elemento que sea propiedad de terceros.

Notas de descargo generales: las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, por parte de la OPS, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites. Las líneas discontinuas en los mapas representan de manera aproximada fronteras respecto de las cuales puede que no haya pleno acuerdo.

La mención de determinadas sociedades mercantiles o de nombres comerciales de ciertos productos no implica que la OPS los apruebe o recomiende con preferencia a otros análogos. Salvo error u omisión, las denominaciones de productos patentados llevan letra inicial mayúscula.

La OPS ha adoptado todas las precauciones razonables para verificar la información que figura en la presente publicación. No obstante, el material publicado se distribuye sin garantía de ningún tipo, ni explícita ni implícita. El lector es responsable de la interpretación y el uso que haga de ese material, y en ningún caso la OPS podrá ser considerada responsable de daño alguno causado por su utilización.

HSS/MT/2021

ÍNDICE

Prefacio	iv
Agradecimientos	vi
Antecedentes	1
Objetivos	3
Modelo social ecológico para el cambio de comportamiento	4
Análisis de campañas públicas	6
Comprender el comportamiento de las personas al adquirir antimicrobianos	8
Audiencias	10
Mensajes	13
Estrategias y actividades	16
Educación para la salud	17
Difusión a través de medios masivos de comunicación	23
Desarrollo de actividades y de eventos comunitarios	28
Abogacía	29
Canales de comunicación y herramientas	36
Monitoreo y evaluación	38
Referencias	41
Apéndice A	44
Ejemplo de línea temporal para campaña pública y para estrategia de comunicación sobre la resistencia a los antimicrobianos	44
Apéndice B	46
Mensajes clave en campañas públicas de la OPS y la OMS	46
Apéndice C	48
Materiales de comunicación de campañas de la OPS y la OMS	48
Apéndice D	49
Ejemplos de guiones para anuncios radiales de la OPS	49
Apéndice E	50
Ejemplo de comunicado de prensa de la OPS	50
Apéndice F	52
Ejemplos de preguntas para evaluar acciones de comunicación	52
Apéndice G	55
Ejemplo de evaluación de estrategia de comunicación	55

PREFACIO

La resistencia a los antimicrobianos (RAM) se ha reconocido como una de las principales amenazas para la salud pública global, cuyo impacto recae sobre la salud humana, la producción animal y agrícola, y el medio ambiente¹. Los antimicrobianos son medicamentos que se utilizan para tratar las infecciones causadas por bacterias, parásitos, virus y hongos. La RAM aparece cuando esos microorganismos cambian (mutan) como resultado de la exposición a los antimicrobianos (que pueden ser antibióticos, antifúngicos, antivíricos, antipalúdicos o antihelmínticos) y se vuelven resistentes a ellos². Así, los antimicrobianos pierden su eficacia y, en consecuencia, las infecciones son más difíciles de tratar y persisten en el organismo, lo que aumenta el riesgo de que se transmitan a otras personas².

Entre las causas de este problema de salud pública se encuentran el uso inadecuado de los antimicrobianos (en especial de los antibióticos), la automedicación, el uso en exceso y sin la supervisión de un profesional cualificado, las prácticas de prescripción inadecuadas de los profesionales de la salud, el uso inadecuado y excesivo en agricultura y ganadería, la adquisición de antimicrobianos sin prescripción de un profesional cualificado y habilitado para prescribir, los programas inadecuados o inexistentes para prevenir y controlar las infecciones, los medicamentos de mala calidad, la escasa capacidad de laboratorio, la vigilancia inadecuada y la aplicación insuficiente, o la ausencia de reglamentación sobre el uso de antimicrobianos^{1,3,4,5}.

La escasa concientización sobre la resistencia a los antimicrobianos también representa una amenaza para la salud pública y por ello se requiere una acción urgente a nivel nacional y regional⁴. En este contexto, el objetivo del presente manual es ayudar a los profesionales de la comunicación en salud y a los oficiales a cargo de programas de salud a elaborar estrategias para concientizar al público general sobre la importancia del uso adecuado de antimicrobianos. También será útil a los profesionales de la salud y a diferentes partes

¹ Organización Mundial de la Salud. Resistencia a los antibióticos. Datos y cifras [Internet]. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/resistencia-a-los-antibi%C3%B3ticos>.

² Organización Panamericana de la Salud. Resistencia a los antimicrobianos [Internet]. Washington, D. C.: OPS; s/f. [Consultado el 10 de noviembre del 2020]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/temas/resistencia-antimicrobianos>.

³ Organización Panamericana de la Salud. Plan de acción sobre la resistencia a los antimicrobianos. 54.º Consejo Directivo y 67.ª Sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas; 28 de septiembre al 2 de octubre del 2015. Washington, D. C.: OPS; 2015 (Resolución CD54/R15). [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/CD54-12-s.pdf>.

⁴ Organización Mundial de la Salud. Worldwide country situation analysis: response to antimicrobial resistance. Ginebra: OMS; 2015. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/163468/9789241564946_eng.pdf?sequence=1.

⁵ Organización Mundial de la Salud. Plan de Acción Mundial sobre la Resistencia a los Antimicrobianos [Internet]. Ginebra: OMS; 2015. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255204/9789243509761-spa.pdf?sequence=1>.

interesadas, como funcionarios oficiales, sociedades profesionales, organizaciones médicas, el sector privado, líderes locales, personas influyentes para el sector salud, etcétera.

El lector encontrará herramientas para elaborar estrategias de comunicación basadas en el modelo ecológico social para el cambio de comportamiento. Se detallan los factores que intervienen en la decisión de las personas de prescribir, dispensar y usar antimicrobianos, se analizan las audiencias objetivo y qué se espera de ellas, y se comparten varios mensajes clave adaptados a cada audiencia.

Asimismo, se proponen cuatro líneas estratégicas de acción para tener en cuenta a la hora de implementar una estrategia de comunicación: 1) educación para la salud, 2) difusión a través de medios masivos de comunicación, 3) desarrollo de actividades y de eventos comunitarios, y 4) abogacía. Además, para cada línea de acción se enumeran distintas intervenciones y actividades en los distintos niveles del modelo ecológico social dirigidas a aumentar el conocimiento público sobre el problema de la resistencia a los antimicrobianos y motivar el cambio de comportamiento. También se describen los posibles canales de comunicación para difundir los mensajes clave a las audiencias objetivo y se proporciona un plan de monitoreo y evaluación para las acciones implementadas.

Por último, se ofrecen varias plantillas, ejemplos de campañas públicas sobre el tema, materiales y herramientas de comunicación, entre otros, para apoyar la elaboración de estrategias y planes de comunicación que contribuyan a visualizar el problema de la RAM y a concientizar sobre el uso y la adquisición racional de los antimicrobianos.

AGRADECIMIENTOS

Este manual es el resultado de la colaboración entre la Unidad de Medicamentos y Tecnologías Sanitarias del Departamento de Sistemas y Servicios de Salud y el Programa Especial de Resistencia a los Antimicrobianos del Departamento de Enfermedades Transmisibles y Determinantes Ambientales de la Salud de la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

La consultora María Senés redactó el manuscrito con la coordinación de José Luis Castro, Asesor para Uso Racional de Medicamentos, y Pilar Ramón-Pardo, Asesora para la Contención de la Resistencia Antimicrobiana, que proveyeron los objetivos y orientaron los contenidos técnicos de la publicación. Analía Porrás, Jefa de la Unidad de Medicamentos y Tecnologías Sanitarias, acompañó la coordinación y supervisión proporcionando lineamientos y comentarios para la elaboración del documento. Edgar Robin Rojas, Oficial Técnico para el Uso Seguro de Medicamentos, y Leticia Linn, Asesora de Relaciones con los Medios e Información Pública del Departamento de Comunicación de la OPS, ofrecieron también comentarios y orientaciones claves para el manuscrito. Se agradecen las aportaciones de Cristina Mañá y América Valdés, especialistas en gestión del conocimiento y comunicación.

La OPS agradece las contribuciones de los países de la Región en el marco de la Iniciativa de las Autoridades Regulatorias Nacionales de Medicamentos para Contener la Resistencia a los Antimicrobianos y de la Red Panamericana para la Armonización de la Reglamentación Farmacéutica (Red PARF).

La OPS ha elaborado este manual gracias al apoyo de la Unión Europea en el marco del proyecto “Trabajando juntos para combatir la resistencia a los antimicrobianos”, que se desarrolla en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) mediante el enfoque “Una Salud”.



Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE SANIDAD ANIMAL
Proteger a los animales, preservar nuestro futuro



ANTECEDENTES

El *Manual de comunicación sobre el uso racional de antimicrobianos para la contención de la resistencia* se enmarca en el Plan de Acción Mundial sobre la Resistencia a los Antimicrobianos, adoptado por la Asamblea Mundial de la Salud en mayo del 2015 (1), el *Plan de acción sobre la resistencia a los antimicrobianos* de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), aprobado el año 2015 por los países de la Región de las Américas (2), y el documento de política sobre *El acceso y uso racional de los medicamentos y otras tecnologías sanitarias estratégicos y de alto costo*, aprobado por los Cuerpos Directivos de la OPS en septiembre del 2016 (3).

La meta del plan de acción mundial es “asegurar la continuidad, mientras sea posible, del tratamiento y la prevención satisfactorios de enfermedades infecciosas con medicamentos eficaces, seguros y de calidad garantizada, que se usen de modo responsable y sean accesibles a todas las personas que los necesiten” (1). El plan de acción de la OPS insta a los países a diseñar y a implementar acciones concretas para contener la resistencia a los antimicrobianos y a actuar de forma urgente para promover su uso adecuado, considerando un abordaje integral del proceso a través de la educación y la comunicación con el fin de promover el uso responsable de los antimicrobianos por parte de las personas o consumidores (2). Ambos documentos reflejan el consenso internacional de que la resistencia a los antimicrobianos representa una gran amenaza para la salud que requiere una respuesta multisectorial.

La evidencia de que la resistencia a los antimicrobianos es consecuencia del volumen que se utiliza de estos medicamentos es contundente (1-6). En 1999, se formó la Red Panamericana para la Armonización de la

Reglamentación Farmacéutica (Red PARF), con objeto de promover la convergencia de la reglamentación sobre medicamentos en las Américas y, al mismo tiempo, de fortalecer las capacidades de las autoridades reguladoras nacionales (ARN) de la Región (7-9). Uno de los proyectos de la Red PARF aborda el apoyo a las líneas vinculadas a la regulación que forman parte de los planes nacionales de los países para la contención de la resistencia a los antimicrobianos.

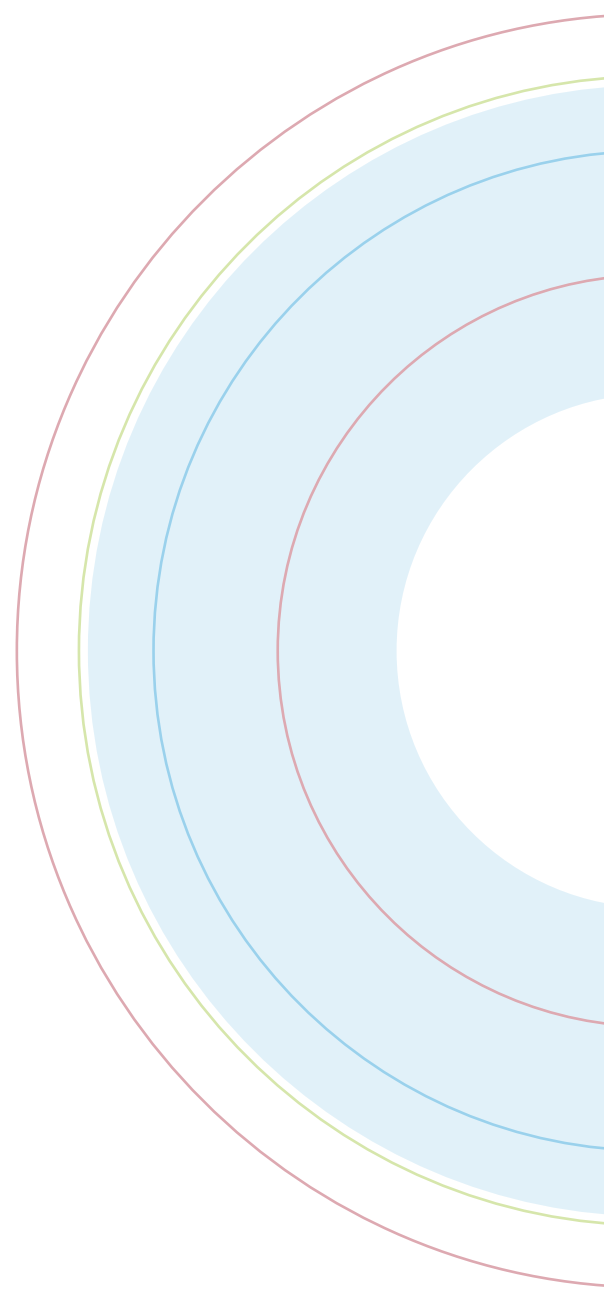
Durante los últimos 15 años, la prioridad de los países de las Américas ha sido desarrollar su capacidad para reglamentar los medicamentos y otras tecnologías de la salud (9). Las autoridades reguladoras nacionales de los países han tenido un papel fundamental para garantizar la calidad de estos productos. Las acciones que llevaron a cabo las ARN incluyen evaluaciones de seguridad pre y poscomercialización, evaluaciones de eficacia (y, en algunos casos, evaluaciones comparativas de efectividad), el desarrollo de políticas nacionales para la innovación tecnológica, y la implementación de estrategias para promover la competencia en los mercados farmacéuticos (9).

La adquisición de antimicrobianos sin prescripción es una preocupación a nivel mundial que está prosperando en los países que carecen de la legislación adecuada o en los que no se aplican las reglamentaciones correctamente. Aunque, en general, la Región de las Américas ha avanzado en términos de su capacidad para reglamentar los medicamentos y el desarrollo de sistemas regulatorios, aún queda mucho por hacer en este sentido. En el 2011, los informes sobre los datos de adquisición de antimicrobianos indicaban que más de 70% de los que se vendieron se empleó en animales, principalmente destinados al consumo humano. La OPS realizó una consulta entre el

2015 y el 2016 que mostró que 20 de los 23 países a los que se preguntó indicaron que los antimicrobianos podían adquirirse sin prescripción médica a pesar de la legislación y la reglamentación existente al respecto (datos internos en base a consultas de la OPS). Asimismo, la automedicación y la posibilidad de acceder a antimicrobianos de venta libre y a través de Internet conllevan un mayor riesgo de un uso innecesario (1, 6).

En este contexto, es necesario un cambio de comportamiento en la forma de usar y adquirir los antimicrobianos a nivel mundial. Se requieren enfoques nacionales para abordar el uso indiscriminado de antimicrobianos, la prescripción excesiva y la aplicación de la reglamentación sobre prescripción y dispensación.

Este manual ofrece una serie de herramientas prácticas para apoyar a los responsables de implementar acciones de promoción y comunicación sobre el uso adecuado de los antimicrobianos para combatir la RAM mediante el desarrollo de planes y estrategias de comunicación aplicables en diferentes contextos.





OBJETIVO GENERAL

El objetivo de este manual es ayudar a los profesionales de la comunicación en salud y a los oficiales a cargo de programas de salud a elaborar estrategias para concientizar al público general, a los profesionales de la salud y a diferentes partes interesadas (como funcionarios oficiales, sociedades profesionales, organizaciones médicas, sector privado, líderes locales, personas influyentes para el sector salud, etc.) sobre la importancia del uso adecuado de antimicrobianos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Concientizar al público sobre la importancia de la adquisición de antimicrobianos con prescripción y lograr la colaboración multisectorial para el cumplimiento de las disposiciones legales y las reglamentaciones relativas a la prescripción y dispensación de antimicrobianos.
2. Promover un cambio de comportamiento de todas las partes interesadas para un uso racional de los antimicrobianos.

MODELO SOCIAL ECOLÓGICO PARA EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO

Modificar el comportamiento de las personas es un proceso complejo (2). Proporcionar información y evidencia sobre un tema de salud es un paso importante para lograr un cambio, pero no es suficiente. La comunicación tiene un rol esencial en el campo de la salud pública, ya que no solo brinda herramientas para informar y educar, sino también para persuadir o motivar a las personas a que adopten un cambio de comportamiento (10, 11).

El modelo social ecológico (figura 1), introducido por Urie Bronfenbrenner en la década de 1970, es un marco creado para analizar los factores polifacéticos, desde el nivel individual hasta el ambiental, que determinan los comportamientos de salud y la salud de la población (11-13). El modelo muestra cuatro niveles que están conectados y se fortalecen entre sí: 1) el individual, 2) el interpersonal, 3) el comunitario, y 4) el social (político-ambiental).

El **nivel individual** comprende las actitudes, los conocimientos y las creencias de la persona. Estos factores están influenciados por el entorno y las experiencias de un individuo. El **nivel interpersonal**

examina la familia, los amigos y la red social de una persona. Estas relaciones ayudan a formar el comportamiento y las acciones individuales.

A **nivel comunitario** se encuentran la escuela, el lugar de trabajo, el vecindario y los grupos religiosos, entre otros, en la comunidad de un individuo y el entorno social. Finalmente, el **nivel social** incluye la gran influencia del ambiente, las leyes y la cultura nacional (11, 13).

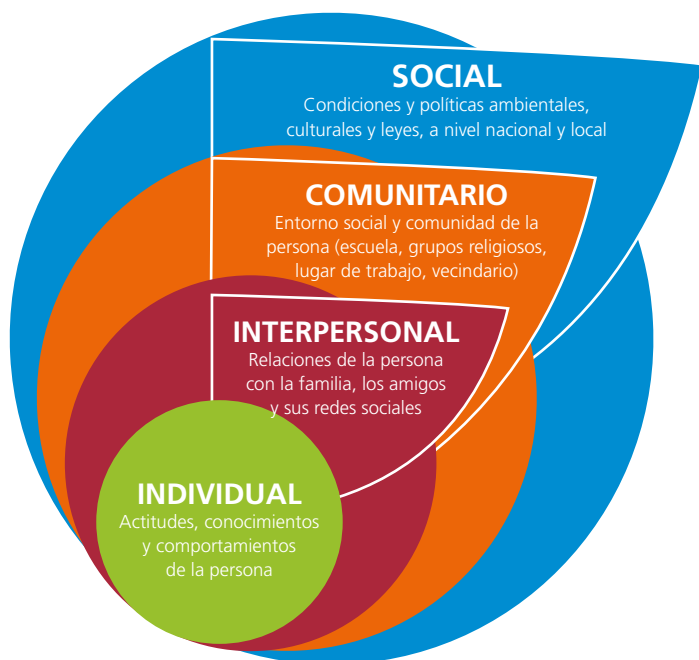
En términos de comunicación para la salud, la efectividad aumenta cuando la estrategia de comunicación aborda diversos niveles (13). Según el informe de orientaciones en comunicación para la vacuna contra el virus del papiloma humano (VPH) de la OMS (10), para que una persona modifique su comportamiento o decida actuar de forma diferente debe atravesar un proceso que por lo general comienza con una persona que no es consciente del tema o el comportamiento de salud. Las actividades de comunicación hacen que tome conciencia, considere la intervención o el cambio de comportamiento, lo adopte, lo repita y lo demande, y promueva ese comportamiento dentro de su comunidad (10-11, 14).

En este sentido, modificar el comportamiento de un individuo tendrá un efecto a nivel de las relaciones, la comunidad y la sociedad. Una intervención en cualquiera de estos niveles impacta sobre todos los demás. En la aplicación de la vacuna contra el VPH, la madre, el padre o el cuidador de una niña puede, por ejemplo, no conocer en absoluto la vacuna contra el VPH. Luego de conocer la vacuna a través de actividades de comunicación considera si aceptar la vacuna en base a la información que obtenga de diversas fuentes. A partir de allí, actúa para que su hija se vacune y de forma proactiva para llevar a su segunda hija a vacunarse. Finalmente, la madre, el padre o el cuidador de una niña puede promover la vacuna contra el VPH entre las madres y los padres de su comunidad (10, 14).

A modo de ejemplo, los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés) usan el modelo social ecológico como marco para prevenir la violencia (15) en todas sus manifestaciones, por ejemplo, el abuso infantil, la violencia juvenil, la violencia de pareja o el maltrato a personas mayores. En el nivel individual se identifican los factores biológicos y antecedentes de las personas que aumentan la probabilidad de convertirse en víctima o autor de violencia (por ejemplo, la edad, la educación, los ingresos, el uso de sustancias o antecedentes de abuso). En el nivel interpersonal se analizan las relaciones cercanas de las personas (compañeros, socios, miembros de la familia) que pueden aumentar el riesgo de experimentar violencia como víctima o perpetrador. En el tercer nivel se exploran los entornos de la comunidad, como las escuelas, lugares de trabajo y el barrio, en los que se desarrollan las relaciones sociales, y se busca identificar características de estos entornos que se asocian con llegar a ser víctimas o perpetradores de violencia. Finalmente, en el nivel social se analizan los factores sociales que ayudan a crear un clima en el que se fomenta o inhibe la violencia, lo que incluye las normas sociales y culturales que apoyan la violencia como una forma aceptable de resolver conflictos.

Los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades también usan el modelo social ecológico como marco para prevenir la obesidad y otras enfermedades crónicas (16).

FIGURA 1. Modelo social ecológico



Fuente: Adaptada de Parvanta CF, Nelson DE, Harner RN. Public Health Communication. Burlington: Jones & Bartlett Learning; 2017.

ANÁLISIS DE CAMPAÑAS PÚBLICAS

La escasa concientización sobre la resistencia a los antimicrobianos representa una amenaza para la salud pública (6). Existe cada vez mayor evidencia que indica la asociación entre la implementación de campañas públicas que promueven el uso responsable de antimicrobianos y la reducción de su uso a nivel general (17-27).

El centro colaborador de la OMS en el Hospital Universitario de Ginebra (17) realizó una consulta internacional sobre campañas de concientización sobre el uso de antimicrobianos realizadas desde el 2010 en todo el mundo para analizar algunas de sus características. Se examinó un total de 60 campañas, de las que 16 se realizaron en países de ingresos medios-bajos y 31 en países de ingresos altos. Los hallazgos clave revelaron que la mayoría de ellas se dirigían al público general y a los médicos simultáneamente (17) y utilizaron mensajes clave similares. Los más frecuentes fueron: “Si utilizamos antibióticos de forma incorrecta, ya no producirán beneficios/se volverán ineficaces” o “El uso indebido/excesivo de antibióticos provoca resistencia”.

De acuerdo con los hallazgos de las consultas, la intervención que se realizó con más frecuencia en las campañas de concientización pública fue la distribución o divulgación de materiales educativos o de comunicación (en línea o presenciales) y otros tipos de intervenciones que incluyeron actividades de relaciones públicas, conferencias de prensa, sesiones de formación para prescriptores, y promoción o distribución de pautas de prescripción y de dispensación (17). Al mismo tiempo, los investigadores llegaron a la conclusión de que los mensajes dirigidos a diferentes audiencias

deben tener una base científica y un llamado a la acción para motivar el cambio de comportamiento.

La evidencia indica que algunos de los factores que influyen en el éxito de las campañas de concientización incluyen que los mensajes clave sean simples y estén cuidadosamente diseñados; que se dirijan a una audiencia amplia (como pacientes, sus familias y trabajadores de salud); que involucren a los médicos y a otros profesionales de la salud desde el inicio de la campaña y se diseñen los mensajes clave junto con ellos; que utilicen los medios masivos y las redes sociales, y que los mensajes clave se repitan continuamente a lo largo del año y por distintos canales de comunicación (17-27).

Una revisión sistemática del año 2016 sobre intervenciones de comunicación dirigidas al público (principalmente en Europa y en los Estados Unidos) para mejorar el uso de antimicrobianos reveló que las intervenciones polifacéticas (dirigidas al público general y a los médicos, en distintos formatos y canales) pueden ser efectivas para reducir la prescripción de antimicrobianos si también se abordan las barreras locales para lograr el cambio de comportamiento (19). Este estudio concluyó que las intervenciones realizadas a nivel nacional, comunitario y de base o en los hogares pueden lograr una reducción en la prescripción de antimicrobianos, por lo menos a corto plazo. Además, las experiencias de las campañas de salud pública demuestran que las que se repiten durante períodos prolongados tienen un gran efecto (19-21, 25, 26).

El **apéndice A** proporciona ejemplos de línea temporal para campañas públicas y estrategias de comunicación sobre la resistencia a los antimicrobianos.

RECUADRO 1. Ejemplo de campaña pública en Francia: “Los antibióticos no son automáticos”

En el 2002, la Caja Nacional Francesa de Seguros Médicos lanzó una campaña pública a nivel nacional titulada *Les antibiotiques c'est pas automatique* (“Los antibióticos no son automáticos”) para promover su mejor uso en el país. Esta campaña de larga duración, que se repitió cada año durante el período de mayor consumo de antibióticos (de octubre a marzo), se dirigió a reducir la prescripción de antimicrobianos al público general, principalmente a los niños y las niñas¹.

La iniciativa incluía una campaña educativa dirigida a los trabajadores de la salud (54 000 médicos clínicos, 2700 pediatras de práctica comunitaria y trabajadores de guarderías) que consistió en educación presencial y la divulgación de pautas de prescripción y de dispensación^{2,3}. La campaña también promovía el uso de pruebas rápidas para el diagnóstico de amigdalitis estreptocócica del grupo A. Algunas intervenciones incluyeron capacitaciones a nivel nacional sobre el uso de las pruebas rápidas y visitas personales de médicos a médicos para impartir sesiones de educación y distribución de pautas de prescripción y de dispensación a los profesionales de la salud.

La campaña pública se dirigió a padres y a madres de niños y niñas, con mensajes centrados en el uso racional de antimicrobianos. La campaña utilizó los medios masivos de comunicación nacionales para difundir los mensajes, con publicidad en radio y televisión durante

las horas de mayor audiencia, y publicidad en periódicos y sitios web. La campaña también distribuyó material impreso (como folletos, volantes y pósteres) en las salas de espera de consultorios médicos y hospitales.

Se distribuyeron entre los médicos aproximadamente ocho millones de pruebas rápidas para el diagnóstico y 45 000 médicos de atención primaria recibieron al menos una visita de un médico del seguro de salud nacional. El costo estimado de la campaña durante el período del 2002 al 2008 fue de 500 millones de euros y el ahorro directo asociado con la disminución en el uso de antibióticos se estimó en 850 000 millones de euros durante el período del 2002 al 2007⁴. La evidencia demostró que el consumo de antibióticos de pacientes externos durante el invierno disminuyó en 26,5% para el 2007, y que la campaña se asoció con una marcada reducción de prescripciones innecesarias de antibióticos, particularmente en niños y niñas^{2,5}.

El enfoque polifacético de la campaña, dirigida al público general y a médicos al mismo tiempo, junto con la implementación de diferentes intervenciones con diferentes enfoques, como la educación presencial por pares y las campañas públicas en medios masivos de comunicación, ayudó a que los médicos no prescribieran y que los pacientes no solicitaran antibióticos, ni presionaran para recibirlos, en el país².

Fuentes:

¹ Organización Mundial de la Salud. Les antibiotiques sont-ils encore “automatiques” en France? Bulletin de l'Organisation mondiale de la Santé. 2011;89.

² Huttner B, Harbarth S. Antibiotics Are Not Automatic Anymore - The French National Campaign To Cut Antibiotic Overuse. PLoS Med. 2009;6(6):e1000080. doi.org/10.1371/journal.pmed.1000080.

³ Bernier A, Delarocque-Astagneau E, Ligier C, Vibet MA, Guillemot D, Watier L. Outpatient antibiotic use in France between 2000 and 2010: after the nationwide campaign, it is time to focus on the elderly. Antimicrobial agents and chemotherapy. 2014;58(1):71-77.

⁴ Sabuncu E, David J, Berne'de-Bauduin C, Pe'pin S, Leroy M, et al. Significant Reduction of Antibiotic Use in the Community after a Nationwide Campaign in France, 2002–2007. PLoS Med. 2009; 6(6):e1000084. doi.org/10.1371/journal.pmed.1000084.

⁵ Finch RG, Metlay JP, Davey PG, Baker LJ. Educational interventions to improve antibiotic use in the community: report from the International Forum on Antibiotic Resistance (IFAR) colloquium, 2002. The Lancet infectious diseases. 2004;4(1):44-53. [Consultado el 20 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14720568>.

COMPRENDER EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS AL ADQUIRIR ANTIMICROBIANOS

Los antimicrobianos muchas veces se usan en exceso y sin la supervisión de un profesional cualificado (28). Los factores que intervienen en la decisión de las personas de prescribir, dispensar, usar y comprar antimicrobianos son diversos. Comprender y analizar los determinantes del comportamiento y los factores clave que restringen o facilitan los cambios son importantes para desarrollar estrategias e intervenciones que motiven un cambio de comportamiento al respecto (10, 11, 13, 29). Algunos de estos factores son propios del individuo (conocimientos, actitudes, creencias, etc.) y otros son externos (acceso y distancia de los servicios, calidad de la atención, políticas, etc.).

Los siguientes factores resumen los hallazgos de varios estudios que analizaron el uso inadecuado de antimicrobianos y los conocimientos, las actitudes y la práctica (CAP) del público respecto del uso de antimicrobianos (14, 30-32).

FACTORES PREDISPONENTES

Los factores predisponentes son los conocimientos, las actitudes, los comportamientos, las creencias y los valores del individuo que afectan la disposición a realizar un cambio de comportamiento.

1. Conocimiento sobre la RAM.
2. Concepciones erróneas sobre el uso de antimicrobianos:
 - a. Creencia de que los antimicrobianos pueden tratar tanto a los virus como a las bacterias.
 - b. Los antimicrobianos se usan para tratar resfriados comunes o cefaleas.
 - c. Percepción de que los antimicrobianos no son nocivos para la salud.
 - d. Uso de antimicrobianos para tratar síntomas.
3. La expectativa del paciente es un factor crucial para prescribir antimicrobianos.
4. Hay mayor probabilidad de prescribir antimicrobianos ante la presión del paciente.
5. El conocimiento del paciente sobre el tratamiento de los síntomas brinda la base para la automedicación.
6. Los miembros de la familia comparten antimicrobianos cuando desarrollan síntomas similares.
7. Los pacientes creen que no es necesario consultar al médico para el diagnóstico y prescripción cuando conocen los síntomas y han respondido favorablemente antes a un antibiótico.
8. Los conocimientos y las experiencias de los prescriptores.
9. Educación insuficiente a los pacientes por parte de los médicos.

FACTORES HABILITANTES

Los factores habilitantes son los factores estructurales del entorno o de la comunidad de un individuo que facilitan o dificultan el cambio (por ejemplo, disponibilidad de recursos, tiempo o habilidad para desarrollar un comportamiento).

1. Problemas de acceso a los antimicrobianos.
 - a. Obtener antimicrobianos sin prescripción en las farmacias (en la relación entre farmacéutico y cliente, proporcionarle el medicamento que necesita es un signo de amistad).
 - b. Conseguir antimicrobianos a través de amigos.
 - c. Disponer de antimicrobianos que sobraron de usos anteriores.
2. Personas que no tienen seguro de salud.
3. Gasto o costo de la visita al médico.
4. Falta de tiempo para ir al médico (la espera en la clínica o en el hospital para consultar a un profesional sanitario puede ser un factor disuasivo importante).
5. Dudas del prescriptor sobre el diagnóstico del paciente.
6. Ausencia de pautas de prescripción y de dispensación en los centros de salud.
7. Cultura liberal o restrictiva para la prescripción.
8. Falta de reglamentación.

FACTORES FORTALECEDORES

Los factores fortalecedores son los efectos positivos o negativos de adoptar el comportamiento y que influyen en su continuidad (recompensas o castigos como consecuencia de un comportamiento determinado).

1. Las principales fuentes de información de un individuo (médicos, familia y amigos) pueden actuar como factores fortalecedores.
2. Cuando el paciente logra aliviar los síntomas tras autoprescribirse, esa práctica se fortalece y se repite con cada episodio.
3. Recibir comentarios positivos de otras personas o pacientes sobre un nuevo tratamiento que les han prescrito.



AUDIENCIAS

Definir las audiencias de una estrategia de comunicación es importante para saber a quiénes irán dirigidos los mensajes, los materiales y las actividades que se planificarán. Según el manual de la OPS COVID-19: *Comunicación de riesgos y participación comunitaria (CRPC)*: “es importante tener en cuenta que para propósitos de comunicación, el público en general no existe como una unidad, sino como una combinación de subgrupos” (33). Para lograr un mayor impacto en comunicación es necesario identificar la población objetivo, segmentarla y dirigirse a los subgrupos (33).

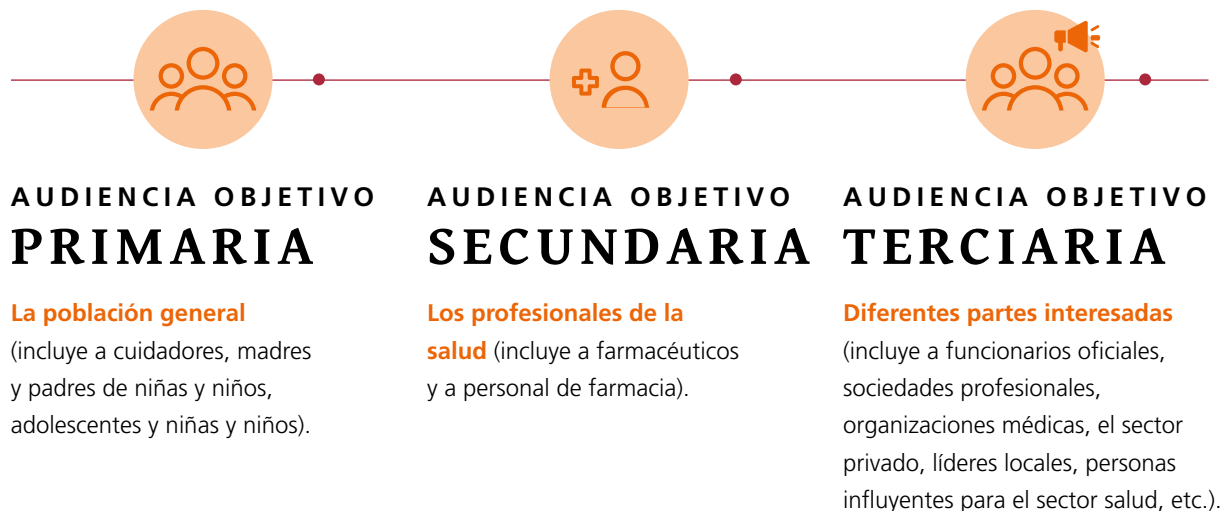
En un plan de comunicación, la audiencia primaria está compuesta por el grupo de personas más afectadas por la problemática de salud y cuyos comportamientos son los que se desean cambiar. La audiencia secundaria es el grupo de personas que también resultan afectadas por el problema de salud, tal vez en menor medida, y que tiene influencia sobre el comportamiento de la audiencia primaria al reforzar o facilitar los cambios. La audiencia terciaria es el grupo de personas que pueden educar, persuadir y apoyar a las otras audiencias.

Para determinar las audiencias de una estrategia de comunicación, pueden ser útiles las siguientes preguntas extraídas del manual de comunicación de la OPS, *COVID-19: Comunicación de riesgos y participación comunitaria (CRPC)*, que además son adecuadas para la temática de la RAM (33):

- ¿Cuáles son los grupos más afectados por la RAM?
- ¿Qué otros grupos —que quizás no estén en riesgo— han tenido un papel o han sido indirectamente impactados por la RAM?
- ¿Quiénes son los líderes y las personas influyentes en las diferentes comunidades o grupos que pueden educar, convencer o apoyar los otros grupos identificados?

La comprensión, el compromiso y el apoyo de las audiencias son clave para el éxito de una estrategia de comunicación. Es necesario analizar el contexto local donde se quiera implementar una estrategia o plan de comunicación y considerar si incluir a más audiencias o a otras que no se especifiquen en este manual. Además, en cada grupo existen distintos contextos socioeconómicos, variables culturales y educativas que son diferentes y propias de cada país, así como conocimientos y experiencias previas.

EL PRESENTE MANUAL PROPONE LAS SIGUIENTES AUDIENCIAS:



RECUADRO 2. ¿Qué deseamos que hagan las audiencias como resultado de implementar una estrategia de comunicación?

El público general debe:

- Entender la importancia de adquirir antimicrobianos solo con receta o prescripción de un profesional cualificado y habilitado para prescribir.
- Comprender que los antimicrobianos no tratan las infecciones virales (como resfriados o gripes comunes) ni las cefaleas, y que estos representan una gran parte de las infecciones comunitarias.
- Entender la importancia del uso y la adquisición adecuada de los antimicrobianos.
- Evitar compartir los antimicrobianos con otras personas.
- Comprender que no deben presionar a los profesionales de la salud para que les prescriban antimicrobianos cuando les indican que no los necesitan.
- Evitar automedicarse para tratar síntomas que reconocen por experiencias previas. Siempre se debe consultar al profesional de la salud antes de comprar antimicrobianos.
- Saber que los antimicrobianos pueden ser nocivos cuando no se usan adecuadamente.
- Entender que la automedicación es peligrosa para la salud.

Cuidadores o madres y padres:

Lo mismo que se mencionó antes y además:

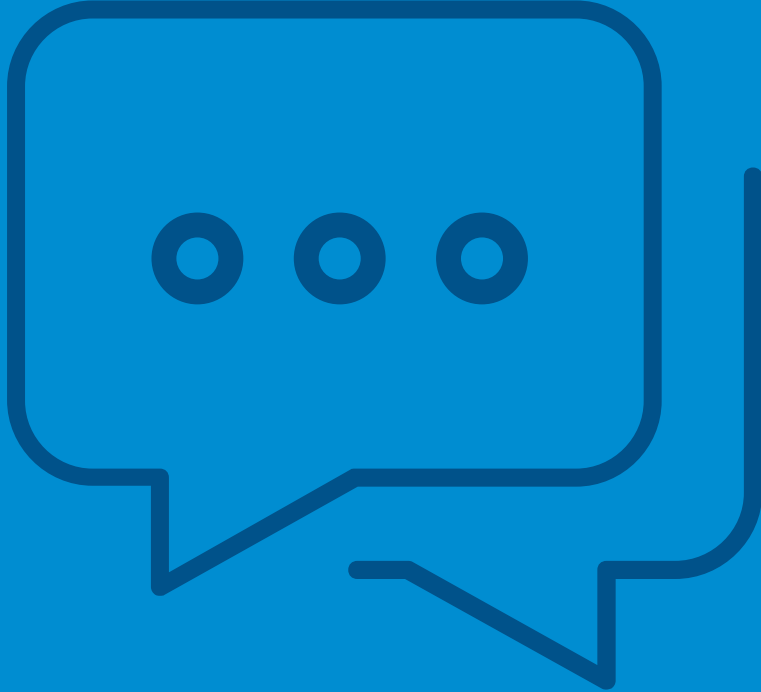
- Entender que pueden perjudicar a las niñas y los niños si les compran o administran antimicrobianos sin prescripción de un profesional cualificado y habilitado para prescribir.

Los profesionales de la salud deben:

- Apoyar y proveer los medios para que los pacientes adquieran medicamentos siempre con prescripción y de fuentes conocidas y confiables.
- Estar preparados para educar a sus pacientes cuando les pidan que les prescriban antimicrobianos que ellos no consideren necesarios.
- Educar a sus pacientes sobre cómo utilizar los antimicrobianos.
- Tener acceso a materiales de los que puedan aprender y que puedan usar para enseñar a otros, como folletos, una lista de preguntas frecuentes, y pósteres con imágenes y mensajes sencillos y claros.
- Recibir educación continua sobre la prescripción de antimicrobianos.
- Estar seguros cuando diagnostican a sus pacientes, tanto al prescribir antimicrobianos como cuando deciden no prescribirlos.
- Tener acceso a pautas de prescripción y de dispensación de antimicrobianos basadas en la evidencia.
- Saber que algunos antimicrobianos deben restringirse a instancias muy específicas.
- Cumplir y apoyar la implementación de la reglamentación de dispensación bajo receta de antimicrobianos.

RECUADRO 3. Otros aspectos que se deben considerar sobre la audiencia

- Los cuidadores, las madres y los padres pueden buscar consejo e información en múltiples fuentes cuando las niñas y los niños o sus seres queridos necesitan atención de salud.
- Las mujeres (madres, abuelas, maestras, etc.) generalmente son fuentes de información clave y promotoras dentro de su red social.
- Los adolescentes pueden ser un canal de información para sus familias, madres, padres, hermanas, hermanos y amigos. Pueden compartir en el hogar la información que han aprendido en la escuela o que comentaron con sus compañeros.
- Los profesionales de la salud son esenciales para combatir la resistencia a los antimicrobianos.
- Las habilidades de comunicación de los profesionales de la salud son clave para educar a los pacientes.



MENSAJES

Una vez identificados los públicos destinatarios de la estrategia de comunicación, se diseñan los mensajes clave para promover los cambios de comportamiento, actitudes y creencias. Los mensajes deben definirse de acuerdo con el contexto local y la comprensión popular, ya que ningún mensaje puede considerarse universal. Por ello, es importante conocer a la audiencia objetivo.

A continuación, se proponen tres grupos de mensajes clave dirigidos al público general y un grupo de mensajes dirigidos a los profesionales de la salud. Asimismo, se ofrecen otros dirigidos al subgrupo de cuidadores, madres y padres. Todos se complementan entre sí para lograr un mayor impacto en la población objetivo.

AUDIENCIA FORMADA POR LA POBLACIÓN GENERAL

MENSAJE CLAVE #1

No compre nunca antimicrobianos sin prescripción.

OTROS MENSAJES:

- a. Solo deben usarse antimicrobianos cuando los prescribe un profesional de la salud calificado.
- b. Nunca se automedique. Consulte siempre a un profesional de la salud que pueda diagnosticar sus síntomas e indicarle si necesita un antibiótico.
- c. Usted puede reconocer sus síntomas, pero eso no significa que sepa cómo tratarlos. Consulte siempre a su médico antes de utilizar antimicrobianos.
- d. Nunca decida usar antimicrobianos por su cuenta. Proteja su salud y la de sus seres queridos.
- e. ¿Sabía que hay reglamentaciones que establecen la adquisición de antimicrobianos sólo bajo receta? Acceda a la información aquí: [colocar aquí el enlace hacia la información del país].

MENSAJE CLAVE #2

Los antimicrobianos pueden ser nocivos para la salud si se adquieren y se usan sin prescripción.

OTROS MENSAJES:

- a. Nunca compre antimicrobianos de fuentes desconocidas, principalmente en Internet. Pueden perjudicar su salud.
- b. Los antimicrobianos no se utilizan para tratar infecciones virales, como resfriados y gripes.
- c. Los medicamentos de calidad subestándar, falsificados y no autorizados pueden contener ingredientes perjudiciales y letales que pueden ser nocivos y a veces mortales.
- d. Siga siempre los consejos del profesional de la salud cuando utilice antimicrobianos. Tómelos exactamente como le han sido prescritos.
- e. Nunca comparta antimicrobianos ni utilice antimicrobianos sobrantes.

MENSAJE CLAVE #3

No solicite nunca antimicrobianos si su profesional de la salud le indica que no los necesita ni le beneficiarán.

OTROS MENSAJES:

- a. Nunca insista a su médico para que le prescriba antimicrobianos.
- b. Nunca insista a su farmacéutico para que le dispense antimicrobianos sin prescripción.
- c. Cambiando la forma en que prescribimos y usamos los antimicrobianos podemos lograr que sean efectivos durante más tiempo.
- d. Nunca acepte recomendaciones sobre el uso de antimicrobianos que no provengan de un profesional calificado.

AUDIENCIA FORMADA POR CUIDADORES, O MADRES Y PADRES DE NIÑAS Y NIÑOS

MENSAJE CLAVE

Usted puede perjudicar a sus familiares si les compra y les administra antimicrobianos sin prescripción.

OTROS MENSAJES:

a. Solo se deben utilizar antimicrobianos cuando el médico del niño o la niña determine que son necesarios.

b. El consumo de cualquier medicamento conlleva riesgos potenciales. El uso de antimicrobianos puede causar complicaciones al niño o la niña.

c. Siga siempre las recomendaciones del médico del niño o la niña cuando compre y le administre antimicrobianos.

AUDIENCIA FORMADA POR PROFESIONALES DE LA SALUD

MENSAJE CLAVE

Prescriba y proporcione antimicrobianos solo cuando sean realmente necesarios, de acuerdo con las pautas actuales basadas en la evidencia.

OTROS MENSAJES:

a. Cuando prescriba un medicamento a un paciente, explíquelo cómo mejorará su salud y qué beneficios o efectos colaterales puede experimentar.

b. Indique a sus pacientes que solo deben obtener medicamentos de fuentes conocidas y confiables.

c. Explique a sus pacientes cómo prevenir infecciones, cómo tomar antimicrobianos correctamente, qué es la resistencia a los antimicrobianos y los peligros de su uso inadecuado.

d. Siga siempre los protocolos de prevención y control de infecciones.

e. Los antimicrobianos solo deben dispensarse bajo receta de un profesional cualificado y habilitado para prescribir de acuerdo con la reglamentación de su país.

El **apéndice B** incluye una lista con más mensajes.



ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES



Para motivar un cambio en los diferentes niveles del modelo social ecológico, son necesarias estrategias de comunicación, actividades y canales diversos dirigidos a audiencias específicas (10-11, 13). Las intervenciones y las actividades que se proponen a continuación pueden desarrollarse a nivel individual, interpersonal, comunitario y social. Para que una estrategia de comunicación o una intervención sea más efectiva, se recomienda combinar diferentes actividades en los distintos niveles del modelo.

Antes de comenzar a planificar, es necesario pensar qué actividades, eventos o materiales específicos transmitirán el mensaje con más eficacia a la audiencia objetivo en el contexto del país donde se implementará el plan o estrategia de comunicación.

EN ESTE MANUAL SE PROPONEN LAS SIGUIENTES CUATRO LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACCIÓN:



1 EDUCACIÓN PARA LA SALUD

La línea de acción sobre educación para la salud propone diferentes actividades con el fin de aumentar el conocimiento y la comprensión sobre el uso adecuado de antimicrobianos en la población objetivo. Algunas de las propuestas en este manual son del rubro de la educación para el entretenimiento, donde el enfoque es implementar acciones que busquen educar y entretener al mismo tiempo al público objetivo.

AUDIENCIA FORMADA POR LA POBLACIÓN GENERAL

Objetivos de esta línea de acción:

- Aumentar y mejorar los conocimientos, las actitudes y los comportamientos del público general en relación con los antimicrobianos.
- Educar al público general sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
- Concientizar al público sobre la importancia de la adquisición de antimicrobianos con prescripción.
- Aumentar los conocimientos sobre la RAM.
- Reducir la adquisición de antimicrobianos sin prescripción.
- Reducir los comportamientos inadecuados de automedicación.

A continuación, se enumeran posibles acciones para implementar en educación para la salud dirigidas a la población general.

1. ACTIVIDADES PARA ESCUELAS

La comunicación narrativa puede contribuir a cambiar los comportamientos y los resultados de salud. A través de modelos, las narraciones pueden ser poderosas herramientas para superar la resistencia a diferentes comportamientos (34-35). En este sentido, se proponen diferentes métodos narrativos para trabajar en las escuelas con niños, niñas y adolescentes. Al mismo tiempo, estos métodos pueden ayudar a que los estudiantes promuevan el mensaje en el hogar para educar a sus madres, padres y familias.

Incluir a los niños y las niñas, los adolescentes, las madres y los padres, los trabajadores comunitarios (promotores de salud), y las organizaciones comunitarias en el desarrollo de los mensajes educativos respecto del uso y la resistencia a los antimicrobianos, a través de escuelas públicas u otras organizaciones comunitarias, ayuda a lograr una comunicación más eficaz.

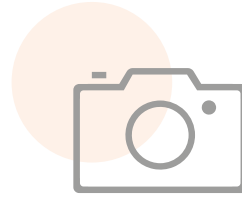
A. EDITAR UN CÓMIC PARA ADOLESCENTES:

- Un cómic es una forma narrativa que ha sido muy utilizada para la promoción y educación de la salud. Las historias pueden servir para inspirar y empoderar a la audiencia mientras aprende sobre un tema o un problema específico de salud.
- A través de historias y del uso de personajes, la narrativa puede promover la educación sobre el uso racional de antimicrobianos y explicar los peligros de la automedicación.
- Crear el relato o la historia de una manera participativa, ya sea con los estudiantes o con las madres y los padres de los estudiantes.
- Elegir para la historia un tema que genere un interés personal o tenga sentido para la audiencia objetivo. Por ejemplo, si el cómic se dirige a adolescentes, se pueden tratar temas como el deporte.
- Al crear los personajes, pensar en sus nombres, género, edad, raza, etnicidad, qué tipo de vestimenta usarán, etcétera.
- Pensar en posibles lugares para la historia, como un entorno rural o urbano, paisajes, edificios, etcétera.
- Elegir entre dibujos, ilustraciones o fotografías.
- Asegurarse de que la historia y las ilustraciones sean culturalmente adecuadas.
- Entre los aspectos presupuestarios que hay que considerar están el tiempo del personal, la contratación de un diseñador (dibujante y colorista), la impresión, la distribución, etcétera.

Algunos ejemplos de cómics usados para la promoción y educación de la salud son:



- **Wizard of Nightmare**, del Centro de Bangladesh para Programas de Comunicación, es un cómic que forma parte del Programa de Comunicación para la Salud Reproductiva del Adolescente "Conócete a ti mismo" (*Know Yourself*) en Bangladesh. Se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/project_examples/Wizard%20of%20Nightmares-English.pdf.
- **Meena** es un personaje de cómic de Asia Meridional, una niña de nueve años, animada, que enfrenta al mundo, ya sea en sus esfuerzos por ir a la escuela o en su lucha contra el estigma del VIH/sida en su pueblo. Meena es muy reconocida y apreciada en la mayoría de los países de Asia Meridional y es una herramienta exitosa para defender y educar sobre los derechos de las niñas y los niños. El personaje ganó popularidad porque aborda los principales temas que afectan a los niños y las amenazas a los derechos de millones de niñas en el Asia Meridional. Se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.unicef.org/nepal/stories/meena-cartoon>.
- **Aprendiendo sobre el virus que paralizó al mundo**. El desarrollo de este material se enfocó en la conceptualización y producción de materiales comunicativos infantiles y juveniles dirigidos a aprender sobre la COVID-19. La historieta fue elaborada por un equipo interdisciplinario de investigación que formó parte de un proyecto coordinado por la Representación de la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) en Cuba y la Embajada de Canadá en Cuba. Se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.paho.org/es/documentos/aprendiendo-sobre-virus-que-paralizo-mundo-historieta>.



B. ORGANIZAR UN PROYECTO DE FOTOVOZ (*PHOTOVOICE*):

- La fotovoz (*photovoice*) es un método participativo basado en la comunidad que utiliza la fotografía como herramienta para involucrar a las personas en un proceso de reflexión crítica sobre un tema específico.
- Se entrega a los participantes una pregunta que deben responder o un tema disparador que deben abordar tomando fotografías que respondan a un problema o lo expliquen. Luego, los participantes comparten las fotografías que hicieron y explican por qué las tomaron y qué piensan sobre ellas.
- Por ejemplo, una pregunta para los participantes puede ser: ¿Qué son los antimicrobianos? O, ¿cómo se utilizan los antimicrobianos en su familia? O un enunciado: Los antimicrobianos pueden ser perjudiciales para la salud.
- La fotovoz es una poderosa herramienta que permite a los participantes compartir sus conocimientos o sus puntos de vista sobre un tema de manera que puedan relacionarse más directamente, ayudándoles a visualizar sus perspectivas y brindándoles un período prolongado para pensar en sus respuestas.
- Después de tomar las fotografías y con la coordinación de un facilitador, el grupo selecciona las mejores de cada uno de los estudiantes y, como actividad de cierre, pueden organizar una exposición pública en la escuela, con fotografías y textos, y compartirla con sus familias.
- Esta herramienta también es un vehículo para promover el cambio social a través de la exposición pública del producto final.
- La fotovoz es un método adecuado para descubrir más sobre un fenómeno poco comprendido, en este caso, la RAM.
- A la hora de preparar el presupuesto hay que prever que se necesitarán cámaras fotográficas e imprimir las fotografías. Los estudiantes pueden usar su propio teléfono celular o la escuela puede buscar financiación con el fin de obtener cámaras para los estudiantes.
- Esta actividad debe realizarse durante un mes como mínimo, o se puede planificar como actividad anual. También puede ser una actividad extraescolar.
- Se puede conocer más sobre los proyectos de PhotoVoice y consultar ejemplos en el siguiente enlace: <https://photovoice.org>.



C. ORGANIZAR OBRAS DE TEATRO PARA NIÑOS Y NIÑAS:

- Escribir una obra propia o usar una historia ya existente y adaptarla a la audiencia objetivo.
- La historia debe incluir las siguientes características: un conflicto o tema con el que los niños y las niñas puedan identificarse, acontecimientos que aporten interés o un problema a la historia, oportunidades para que los personajes puedan atravesar un clímax dramático y la resolución del conflicto.
- Pensar en diferentes posibilidades, por ejemplo, un teatro de títeres.
- Pensar en personajes visualmente atractivos (por ejemplo, con formas de bacterias y antimicrobianos).

2. CREAR Y DIVULGAR PIEZAS NARRATIVAS (HISTORIAS DE SALUD)

- La narración es una excelente forma de transmitir mensajes.
- Ayuda a enseñar, entretener y reforzar mensajes de salud a través de diferentes canales.
- Las personas recuerdan un mensaje cuando se transmite mediante historias atractivas y cuando pueden relacionarse de forma personal o tener una conexión emocional.
- Buscar testimonios e historias personales para apoyar el mensaje (por ejemplo, testimonios de personas que sufrieron las consecuencias de la RAM). Después de coordinar una reunión con la persona, hay que tener preparada la lista de preguntas que se desee formular al entrevistado o entrevistada.
- Usar diversos reportajes atractivos por entregas para mantener el interés. Se deben incluir citas de las personas para que los relatos sean más auténticos.
- Estas historias pueden resaltar los progresos al alcanzar las metas de salud; mantener el entusiasmo demostrando el éxito; demostrar el impacto del trabajo realizado, o describir la experiencia de una persona que se haya beneficiado en forma directa por una recomendación, política o acción.
- A la hora de preparar el presupuesto hay que tener en cuenta que se necesitará personal (periodista o comunicador, camarógrafo), recursos (cámara, grabadora) y editar el relato (editores de video y texto).
- Se debe pensar cuál es el mejor canal para compartir la historia (redes sociales, sitio web, medios impresos, programa de radio, video, etc.).
- En ocasiones, la historia puede no ser positiva y quizás se deban tomar decisiones difíciles, como compartir una historia triste.
 - Se pueden consultar ejemplos de historias de salud pública de la OPS en el siguiente enlace: <https://www.paho.org/es/stories>.

3. DESARROLLAR VIDEOS EDUCATIVOS O DE APOYO

- Los videos son una fuente de información y educación atractiva y pueden estimular a la acción muy rápidamente.
- La utilización de tecnología y de medios visuales puede facilitar la comunicación de ideas complejas mediante mensajes simples y claros.
- Hay diferentes formas de crear un video. Pueden usarse dibujos animados (una buena idea si está dirigido a niñas y niños), grabar una entrevista a un experto en RAM (si está dirigido a adultos o personal técnico o de salud), filmar un documental basado en una historia personal, etcétera.
- El primer elemento para crear un video es escribir el guion. ¿Cuál es el mensaje que se desea transmitir? ¿Cuál es el objetivo del video (educación, apoyo, etc.)? ¿Cuál es la audiencia objetivo?
- Otra forma de abordar un guion es basarlo en ideas sugeridas por la audiencia.
- Otra propuesta es capacitar a adolescentes en narración de video para participar de un proyecto de producción propia. Para ello, se puede organizar un taller educativo sobre capacitación de escritura creativa de guiones, producción, manejo de cámaras y proceso de edición.
- Los videos pueden alojarse en los sitios web de las organizaciones o en YouTube o Vimeo.
- Se pueden organizar proyecciones comunitarias de video y compartirlos en las redes sociales (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, etc.). La proyección pública ayuda a unir a las comunidades y a reflexionar sobre un tema específico de salud.
- A la hora de elaborar el presupuesto, hay que tener en cuenta que se necesitará personal (periodistas o comunicadores, actores, camarógrafos), iluminación, sonido, computadoras y acceso a internet, y edición de video y audio. Los proyectos de video pueden demandar mucho tiempo y ser costosos.
- El Fondo Mundial para la Infancia preparó un conjunto de herramientas para las organizaciones sobre cómo usar la tecnología y los medios visuales para contar historias (36).

Los siguientes son ejemplos de videos educativos o de apoyo:

- OPS: Los caza-microbios: salvando los prodigios de la medicina moderna (37).
- OMS: Los antibióticos no curan las infecciones causadas por virus como los resfriados y la gripe (38).
- OMS: Solo tome antibióticos cuando hayan sido prescritos por un profesional de la salud (39).
- OMS: Nunca comparta antibióticos con otras personas (ni siquiera con sus familiares) (40).
- OMS: Lávese las manos para prevenir infecciones y así evitar el uso de antibióticos (41).
- Medicina para todos. Este es un programa educativo cuyo principal objetivo es llegar a la población salvadoreña, enseñar el uso adecuado de medicamentos y tratamientos, y mostrar las consecuencias del uso inadecuado (42).
- Serie de videos animados llamados *Speak Up*, con diferentes mensajes que incentivan a los pacientes a expresarse y participar de forma activa en el cuidado de su salud. Los personajes de los videos se enfrentan a situaciones cotidianas en las que tienen que leer instrucciones, pedir indicaciones e inspeccionar las etiquetas (43).
- Uso racional de antibióticos (44).
- La Administración de Recursos y Servicios de Salud, Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos publica videos informativos sobre diferentes temas relacionados con incidentes con medicamentos, por ejemplo, los peligros de tomar medicamentos sin prescripción cuando no son necesarios, consejos de seguridad para la adquisición de antibióticos con receta, etcétera (45).
- En septiembre del 2014 se lanzó en Reino Unido la campaña *Antibiotic Guardian Campaign* para aumentar el compromiso del público y de los profesionales de la salud y cambiar el comportamiento ante la creciente amenaza de la RAM. La campaña incluyó un video educativo sobre la amenaza de la resistencia a los antimicrobianos y proporcionó enlaces a recursos que describen la importancia de concientizarse sobre la RAM (46).



AUDIENCIA FORMADA POR PROFESIONALES DE LA SALUD

Objetivos de esta línea de acción:

- Mejorar las prácticas de prescripción de los profesionales de la salud.
- Aumentar la confianza de los profesionales de la salud cuando diagnostican a sus pacientes.
- Apoyar y proveer los medios necesarios a los profesionales de la salud para que eduquen a sus pacientes sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.

A continuación se enumeran posibles acciones para implementar en educación para la salud dirigidas a los profesionales de la salud.

1. ORGANIZAR SESIONES DE CAPACITACIÓN PARA PRESCRIPTORES

- Las capacitaciones pueden ser presenciales, como visitas a los consultorios de los profesionales de la salud, hospitales, o durante conferencias científicas o académicas, talleres, o reuniones virtuales, como seminarios y cursos a través de internet.

2. ORGANIZAR DISCUSIONES GRUPALES PARA LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

- Crear grupos para profesionales de la salud donde puedan compartir experiencias, escuchar a colegas, dar sus testimonios y contar historias sobre el seguimiento de pautas de prescripción y de dispensación, y qué funcionó y no funcionó para ellos en las prácticas de prescripción (16).
- Los modelos educativos que alientan la reflexión sobre una práctica, el uso de la retroalimentación, y la educación en grupos pequeños —como las discusiones grupales— tienen mayor probabilidad de cambiar un comportamiento (16).

3. DISTRIBUIR MATERIALES EDUCATIVOS Y PAUTAS DE PRESCRIPCIÓN Y DE DISPENSACIÓN SOBRE ANTIMICROBIANOS

- Distribuir materiales en hospitales, consultorios de profesionales de la salud, farmacias y universidades, dirigidos a profesionales calificados que prescriben antimicrobianos y a estudiantes de carreras de salud.

- Estos materiales ayudarán a educar a los profesionales de la salud, que pueden usarlos para instruir a otras personas.
- Ejemplos de materiales:
 - Preguntas frecuentes.
 - Pósteres.
 - Infografías.
 - Folletos.
 - Fichas técnicas con evidencia y datos.
- Pensar en usar materiales ya existentes. La OMS y la OPS disponen de materiales técnicos.

4. ORGANIZAR ALMUERZOS INFORMALES

- Pueden realizarse en el lugar de trabajo y son útiles para llegar con más facilidad a la audiencia objetivo (en este caso, profesionales de la salud).

5. CONCIENTIZAR SOBRE DATOS ATÍPICOS

- Enviar comunicaciones personalizadas (como cartas o correos electrónicos) a los prescriptores de salud que superan el número promedio de prescripción de antimicrobianos.

2

DIFUSIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

La línea de acción sobre difusión a través de medios masivos de comunicación propone diferentes acciones para diseminar contenido sobre la RAM a una audiencia amplia y diversa. A través de los medios masivos, como la televisión abierta, la radio, las redes sociales y los periódicos, entre otros, es posible llegar a un mayor número de personas para informarlas, persuadirlas o motivarlas a tomar una acción determinada. El uso de los medios masivos, en combinación con otra línea estratégica, aumenta las posibilidades de generar un impacto positivo en la población.

AUDIENCIA FORMADA POR LA POBLACIÓN GENERAL Y PROFESIONALES DE LA SALUD

Objetivos de esta línea de acción:

- Concientizar al público sobre la importancia de la adquisición de antimicrobianos con prescripción.
- Informar al público general sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
- Aumentar y mejorar los conocimientos, las actitudes y los comportamientos del público general en relación con los antimicrobianos.
- Mejorar las prácticas de prescripción de los profesionales de la salud.
- Apoyar a los profesionales de la salud para que eduquen a sus pacientes sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
- Posicionar el tema en la agenda de los medios masivos de comunicación.

A continuación, se enumeran posibles acciones para implementar a través de los medios masivos de comunicación, dirigidas a la población general y a los profesionales de la salud.



1. CAMPAÑA PÚBLICA

- Considerar participar en la Semana de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos, promovida por OMS/OPS y difundir los materiales que brinda la organización.
- Considerar desarrollar materiales de la campaña para su país o traducir los materiales existentes.
- Usar las redes sociales para enviar los mensajes (Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, YouTube, TikTok, etc.). Usar las etiquetas (*hashtags*) de la campaña anual para participar en las conversaciones de las redes sociales a nivel internacional.
- Distribuir los materiales de la campaña a todas las partes interesadas, entre ellas los ministerios de salud, los servicios de salud, los consultorios, las universidades, las farmacias, las asociaciones médicas, etcétera.
- Considerar repetir la campaña al menos dos veces al año. Se pueden comenzar a difundir los mensajes antes de la época invernal, durante la que aumenta el uso y la adquisición de antimicrobianos.
- Asociarse con otras organizaciones para difundir el mensaje de manera que la audiencia objetivo lo escuche con frecuencia y a través de distintas fuentes confiables.
- Para organizar una campaña, hay que establecer cuatro puntos centrales: 1) definir el público objetivo (a quiénes se dirigirá la campaña), 2) identificar los medios (de qué forma se hará), 3) preparar un cronograma y un plan estratégico (cómo proceder), y 4) buscar alianzas para llegar a la mayor cantidad de personas con el mensaje (de qué manera se va a sensibilizar a las personas para que apoyen la difusión de la campaña).

A continuación se destacan algunos ejemplos de campañas:

- **Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de los Antimicrobianos 2020.**

La campaña mundial de concientización sobre el uso de los antimicrobianos propone un cambio para la edición del 2020, ya que incluye el llamado a utilizar con prudencia todos los antimicrobianos. Este es un enfoque ampliado y necesario para advertir sobre la RAM, ya que esta pone en riesgo el tratamiento eficaz de infecciones

causadas por bacterias, parásitos, virus y hongos, lo que resulta en enfermedades más prolongadas y mayor mortalidad.

Eslogan: “Antimicrobianos: Manéjalos con cuidado”
Lema para el sector de salud humana: “Unidos para preservar los antimicrobianos”.

Los materiales de comunicación de la campaña (redes sociales, infografías, pósteres, folletos, GIF, videos, etc.) se encuentran disponibles en el siguiente enlace:

<https://www.paho.org/es/campanas/semana-mundial-concientizacion-sobre-uso-antimicrobianos-2020>.

- **Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de los Antibióticos 2019.**

El tema de la campaña fue “El futuro de los antibióticos depende de todos”. Los materiales de comunicación de la campaña (redes sociales, infografías, pósteres, folletos, GIF, videos, etc.) se encuentran disponibles en el siguiente enlace:

<https://www.paho.org/es/campa%C3%B1as/semana-mundial-concientizacion-sobre-uso-antibioticos-2019>.

- **Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antibióticos 2018.**

El tema de la campaña fue “Nuestro tiempo con antibióticos se está acabando. El cambio no puede esperar”. Los materiales de comunicación de la campaña (redes sociales, infografías, pósteres, folletos, GIF, videos, etc.) se encuentran disponibles en el siguiente enlace:

https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=14750:world-antibiotic-awareness-week-2018&Itemid=42091&lang=es.

El **apéndice C** proporciona enlaces a materiales de archivo de los años 2018, 2019 y 2020 sobre la Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos.

- **Día Europeo para el Uso Prudente de los Antibióticos.**

La campaña del día europeo de concientización sobre el uso de antibióticos ofrece materiales dirigidos a profesionales de la salud y al público en general. Los materiales de comunicación de la campaña (redes sociales, infografías, pósteres, folletos, GIF, videos, etc.) se encuentran disponibles en el siguiente enlace: <https://antibiotic.ecdc.europa.eu/es/get-informed/key-messages/mensajes-principales-centrados-en-la-automedicacion-con-antibioticos-para>.

2. ANUNCIOS DE INTERÉS PÚBLICO (PSA, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

- Los anuncios de interés público consisten en videos cortos (generalmente de 30 segundos) producidos para una audiencia amplia y emitidos por los canales de televisión.
- El argumento y los mensajes deben ser simples y claros.
- Verifique las especificaciones de la emisora o emisoras donde quiera que se emita el anuncio.
- Dependiendo del país, las emisoras pueden cobrar o no. Si cobran, verifique si hay tarifas reducidas para contenidos de salud pública.
- También se pueden subir PSA a sitios web y compartirlos a través de las redes sociales.

3. ANUNCIOS RADIALES

- Los anuncios radiales son mensajes que suelen tener una duración inferior a un minuto.
 - Son excelentes para llegar a una gran audiencia de una sola vez.
 - Se pueden transmitir en radios comunitarias, estaciones locales o emisoras nacionales.
 - Para crear un anuncio radial, debe considerar escribir un guion, pensar cómo será la locución (voz femenina o masculina, música, efectos de audio, etc.) y utilizar un programa de edición de audio.
- En el **apéndice D** encontrará ejemplos con guiones de los anuncios radiales para la campaña de la Semana Mundial sobre el Uso de Antimicrobianos 2020 de la OPS.

4. COMUNICADOS DE PRENSA

- Los comunicados de prensa se utilizan para comunicar noticias de última hora sobre temas de salud, cambios de políticas, nueva información relevante sobre un tema de salud, etcétera. También se puede crear un comunicado de prensa antes de lanzar una actividad específica o campaña en los medios.
 - Los comunicados de prensa tienen una estructura de “pirámide invertida”, con la información más importante al principio del comunicado. Debe responder a estos cinco interrogantes: quién, qué, cuándo, dónde y por qué.
 - Los encabezados deben ser breves y atractivos, centrados en la novedad.
 - Citar a expertos relevantes en el tema, con mensajes simples y claros.
 - Los comunicadores pueden publicar comunicados de prensa en el sitio web de las organizaciones, enviarlos directamente a los periodistas y distribuir comunicados de prensa en listas de prensa.
 - La mayoría de los periodistas analizará el titular y el primer párrafo de un comunicado de prensa. Por lo tanto, se recomienda incluir ahí la información más importante.
- El **apéndice E** proporciona un ejemplo de comunicado de prensa de la OPS.

5. CONFERENCIA DE PRENSA

- Las conferencias de prensa son útiles para llegar a muchos periodistas con un mismo mensaje. Pueden ser presenciales o virtuales.
- Se puede formar un panel con directivos y profesionales de la institución de salud para que los periodistas hagan sus preguntas. Se recomienda entregar una carpeta de prensa con los mensajes clave y la información que se desea difundir a quienes participaron en la conferencia.
- Si la conferencia se organiza para promocionar una campaña, se programará antes del lanzamiento del evento o campaña a la que se pretende dar visibilidad.

6. LISTAS DE DISTRIBUCIÓN (LISTSERV)

- Una lista de distribución es una discusión sobre un tema específico que tiene lugar a través de correo electrónico.
- Todos los suscriptores pueden escoger entre recibir una copia de cada mensaje enviado a la lista o recibir un correo electrónico normal editado con toda la información en un solo mensaje.
- Las listas de distribución son útiles para llegar a un gran número de personas que comparten el interés sobre un tema.

7. DISTRIBUCIÓN DE MENSAJES SMS (MSALUD)

- La salud móvil (mSalud) es el uso de tecnología móvil e inalámbrica para proporcionar servicios e información de salud (47).
- La mSalud es una herramienta en expansión utilizada para mejorar el acceso y la calidad de la atención de salud en los países en desarrollo (47).
- Esta herramienta envía información promocional de salud en forma automática a través de mensajes SMS a todas las personas registradas. Por ejemplo, un profesional de salud puede enviar mensajes automáticos a sus pacientes con información específica sobre el uso de antimicrobianos.

A continuación se destacan dos ejemplos de proyectos que utilizan mSalud:

- *Reducing Maternal and New-born Deaths (ReMiND)* (Disminución de la Muerte Materna y Neonatal) en India (Catholic Relief Services, 2013). Se puede acceder en el enlace siguiente:
<https://www.crs.org/sites/default/files/tools-research/baseline-study-summary-remind-reducing-maternal-newborn-deaths.pdf>.
- *MosquitiaMed: Shortening Distances Through Telemedicine* (MosquitiaMed: Acortando distancias a través de la telemedicina) en Honduras. Se puede acceder en el enlace siguiente:
<https://socialinnovationinhealth.org/case-studies/mosquitiamed/>.

Otras acciones para diseminar contenido sobre la RAM a través de medios masivos de comunicación son:

- 1.** Publicidad en sitio web.
- 2.** Cartelería publicitaria.
- 3.** Publicidad en el transporte público (estaciones de autobús y metro).
- 4.** Difusión en cines.

3

DESARROLLO DE ACTIVIDADES Y DE EVENTOS COMUNITARIOS

La línea de acción sobre desarrollo de actividades y de eventos comunitarios propone diferentes acciones para informar, educar, persuadir o motivar al público general mediante intervenciones en la comunidad. Las actividades y los eventos comunitarios pueden ayudar a aumentar el compromiso en un tema de salud pública específico.

Al planificar cada evento hay que definir sus puntos centrales. Hay que identificar cuáles son sus objetivos claros, a la audiencia o audiencias objetivo, y el personal y recursos financieros disponibles. Además, hay que determinar cuáles son los socios que deben involucrarse y cómo pueden brindar apoyo.

La planificación y la coordinación de eventos demandan un tiempo y un esfuerzo considerables. La decisión de realizar un evento debe basarse en una consideración detallada del valor agregado que aportará a la campaña y los costos de oportunidad.

AUDIENCIA FORMADA POR LA POBLACIÓN GENERAL Y PROFESIONALES DE LA SALUD

Objetivos de esta línea de acción:

- Concientizar al público sobre la importancia de la adquisición de antimicrobianos con prescripción.
- Organizar actividades dirigidas a audiencias específicas para educar sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
- Aumentar y mejorar los conocimientos, las actitudes y los comportamientos del público general en relación con los antimicrobianos.
- Apoyar a los profesionales de la salud para que eduquen a sus pacientes sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.

A continuación, se enumeran posibles actividades y eventos comunitarios dirigidos al público general y a los profesionales de la salud.

1. Desfiles o caminatas comunitarias.

2. Días de deporte.

3. Mesas de trabajo.

4. Ferias de salud.

5. Carreras en beneficio de algunas causas.

6. Competiciones de cortometrajes, fotografías o arte.

7. *Flash mobs.*

8. Campeonatos (deporte, entretenimiento, etc.).



ABOGACÍA

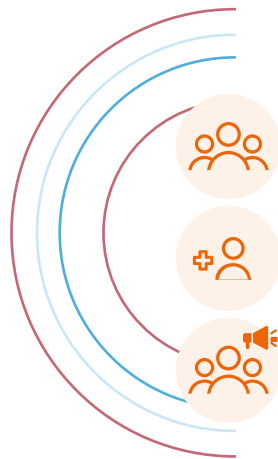
La línea de acción sobre abogacía propone diferentes acciones para lograr la aceptación, el apoyo y la legitimación de diferentes audiencias y alentarlas a actuar en relación con la problemática de la resistencia a los antimicrobianos. Las actividades de abogacía pueden estar dirigidas a diferentes audiencias, desde la población general hasta funcionarios nacionales, sociedades profesionales, organizaciones médicas, el sector privado y líderes locales, entre otros (48). El objetivo de las estrategias de abogacía puede abarcar cambiar las políticas, brindar apoyo para lograr financiación, aumentar la voluntad política de lanzar nuevos programas y promover el apoyo a nivel comunitario (48).

AUDIENCIA FORMADA POR LA POBLACIÓN GENERAL, PROFESIONALES DE LA SALUD Y DIFERENTES PARTES INTERESADAS (FUNCIONARIOS OFICIALES, SOCIEDADES PROFESIONALES, ORGANIZACIONES MÉDICAS, SECTOR PRIVADO, LÍDERES LOCALES Y PERSONAS INFLUYENTES PARA EL SECTOR SALUD, ETC.)

Objetivos de esta línea de acción:

- Concientizar a la audiencia sobre la importancia de la prescripción adecuada y de la dispensación de antimicrobianos con receta.
- Informar a las partes interesadas sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
- Incrementar el apoyo de las partes interesadas para combatir la resistencia a los antimicrobianos.
- Incentivar a las partes interesadas a actuar con respecto a la resistencia a los antimicrobianos.

A continuación, se enumeran posibles acciones de abogacía dirigidas a estas audiencias.



1. ORGANIZAR REUNIONES INDIVIDUALES O SESIONES INFORMATIVAS CON PEQUEÑOS GRUPOS ESPECÍFICOS

- Por ejemplo, con organizaciones médicas, instituciones académicas, el sector privado, asociaciones farmacéuticas, etcétera.
- Anticipar las reacciones de los grupos de apoyo, las asociaciones y las diferentes audiencias frente a la acción propuesta.
- Anticipar posibles preguntas y preocupaciones de las audiencias y planificar acciones para lograr el apoyo de estas entidades.

2. ORGANIZAR REUNIONES DE DIÁLOGO CON GRUPOS QUE NO NECESARIAMENTE APOYAN (O QUE SE OPONGAN) A LAS ACCIONES SOBRE LA RESISTENCIA A LOS ANTIMICROBIANOS

- Por ejemplo, algunos grupos influyentes pueden albergar preocupaciones sobre la aplicación de las reglamentaciones sobre la dispensación de antimicrobianos. Es necesario identificar a estos grupos y abordar sus inquietudes anticipadamente.
- Anticipar posibles preguntas y preocupaciones de las audiencias y planificar acciones para lograr el apoyo de estas entidades.

3. COMUNICARSE CON LAS PARTES INTERESADAS

- Antes de comenzar una actividad o campaña pública, invitar a actores sociales y socios estratégicos a participar, compartir pensamientos y opiniones.
- Asegurarse de que hayan recibido la información y de que comprendan qué y por qué se está planeando una acción específica, y explicar cómo esta acción podría beneficiarlos.

4. DISEÑAR TALLERES DE CAPACITACIÓN CON PERIODISTAS PARA EDUCAR SOBRE CÓMO COMUNICAR EL TEMA

- Preparar materiales de comunicación para compartir.
- Tener lista una presentación de apoyo (usar datos y mostrar la evidencia).
- Preparar una lista de mensajes clave.
- Preparar una lista de preguntas frecuentes dirigidas a una audiencia específica. En las diferentes audiencias se suscitan preocupaciones y preguntas diferentes. Por ejemplo, es de esperar que las preguntas de los periodistas sean diferentes a las del representante de una asociación farmacéutica.
- Desarrollar materiales educativos (fichas técnicas, folletos, pósteres, infografías, videos, etc.).
- Preparar una carpeta de prensa para periodistas. Debe incluir una agenda para conferencias de prensa, un comunicado de prensa, estadísticas locales, estatales y nacionales sobre la RAM, información complementaria, copias reproducibles de tablas o gráficos, enlaces a informes u otros materiales importantes y la información de un contacto que pueda responder sus preguntas.

5. INVITAR A LAS PARTES INTERESADAS A EVENTOS ESPECÍFICOS

- Por ejemplo, invitar a un funcionario político al lanzamiento de una campaña pública, o al alcalde de una ciudad donde se organiza una actividad o evento (feria de salud, desfile, etc.).

6. ESCRIBIR EDITORIALES DE OPINIÓN (OP-EDS) Y CARTAS AL EDITOR

- Las editoriales de opinión pueden ayudar a colocar el tema en la agenda de los medios de comunicación.
- Considerar elaborar una nota a cargo de alguna persona cualificada por trayectoria y conocimiento en el tema.

A continuación, se presenta el cuadro 1, que resume las cuatro líneas de acción dirigidas a la población general y describe las creencias, concepciones y comportamientos que se busca modificar en la audiencia, los objetivos comunicacionales de las líneas de acción y un listado de mensajes, y además se enumeran las intervenciones posibles para implementar.

CUADRO 1. Resumen de las cuatro líneas de acción para una audiencia de población general

CREENCIAS, CONCEPCIONES ERRÓNEAS Y COMPORTAMIENTOS A MODIFICAR

Adquirir antimicrobianos sin prescripción.
Compartir antimicrobianos con otras personas o usar remanentes.
Tener la percepción de que la automedicación no es nociva para la salud.
Creer que los antimicrobianos pueden tratar la gripe o los resfriados, e incluso las cefaleas.
Usar los antimicrobianos para tratar síntomas.
Insistir a los profesionales de la salud para que prescriban antimicrobianos cuando creen que no son necesarios.
Tener una comprensión inadecuada de la resistencia a los antimicrobianos y creer que representan un riesgo menor para la salud.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES

Concientizar al público sobre la importancia de la adquisición de antimicrobianos con prescripción.
Aumentar y mejorar los conocimientos, las actitudes y los comportamientos del público general en relación con los antimicrobianos.
Educar al público general sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
Informar al público general sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.
Aumentar el conocimiento sobre la resistencia a los antimicrobianos.
Reducir la adquisición de antimicrobianos sin prescripción.
Reducir los comportamientos inadecuados de automedicación.
Organizar actividades dirigidas a audiencias específicas para educar sobre el uso y la adquisición adecuados de antimicrobianos.



MENSAJES

No compre nunca antimicrobianos sin prescripción.

Solo deben usarse antimicrobianos cuando los prescribe un profesional de la salud cualificado.
Nunca se automedique. Consulte siempre a un profesional de la salud que pueda diagnosticar sus síntomas e indicarle si necesita un antibiótico.
Usted puede reconocer sus síntomas, pero eso no significa que sepa cómo tratarlos. Consulte siempre a su médico antes de utilizar antimicrobianos.
Nunca decida usar antimicrobianos por su cuenta. Proteja su salud y la de sus seres queridos.
¿Sabía que hay reglamentaciones que establecen la adquisición de antimicrobianos sólo bajo receta? Acceda a la información aquí: [\[colocar aquí el enlace hacia la información del país\]](#).

Los antimicrobianos pueden ser nocivos para la salud si se adquieren y se usan sin prescripción.

Nunca compre antimicrobianos de fuentes desconocidas, especialmente en internet. Pueden perjudicar su salud.
Los antimicrobianos no se utilizan para tratar infecciones virales, como resfriados y gripes.
Los medicamentos de calidad subestándar, falsificados y no autorizados pueden contener ingredientes perjudiciales que pueden ser nocivos y a veces mortales.
Siga siempre los consejos del profesional de la salud cuando utilice antimicrobianos. Tómelos exactamente como le han sido prescritos.
Nunca comparta antimicrobianos ni use antimicrobianos sobrantes.

No solicite nunca antimicrobianos si su profesional de la salud le indica que no los necesita ni le beneficiarán.

Nunca insista a su médico para que le prescriba antimicrobianos.
Nunca insista a su farmacéutico para que le dispense antimicrobianos sin prescripción.
Nunca insista a su médico para que le prescriba antimicrobianos.
Nunca insista a su farmacéutico para que le dispense antimicrobianos sin prescripción.
Cambiando la forma en que prescribimos y usamos antimicrobianos podemos lograr que sean efectivos durante más tiempo.
Nunca acepte recomendaciones sobre el uso de antimicrobianos que no sean de un profesional cualificado.

OTROS MENSAJES PARA MADRES, PADRES Y CUIDADORES

Usted puede perjudicar a sus familiares si les compra y les administra antimicrobianos sin prescripción.
Sólo se deben utilizar antimicrobianos cuando el médico del niño o la niña determine que son necesarios.
El consumo de cualquier medicamento conlleva riesgos potenciales. El uso de antimicrobianos puede causar complicaciones al niño o la niña.
Siga siempre las recomendaciones del médico del niño o de la niña cuando compre y le administre antimicrobianos.



LÍNEAS DE ACCIÓN E INTERVENCIONES

EDUCACIÓN PARA LA SALUD

- Actividades para colegios o escuelas:
 - Crear un cómic para niños, niñas y adolescentes.
 - Organizar un proyecto de fotovoz (*photovoice*).
 - Organizar obras de teatro para las niñas y los niños más pequeños.
- Crear y difundir piezas narrativas (entrevistas, videos, blogs, etc.).
- Desarrollar videos educativos.

DIFUSIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

- Campaña pública (Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos).
- Anuncios de interés público en medios masivos (PSA).
- Anuncios radiales.
- Comunicados de prensa.
- Conferencia de prensa.
- Listas de distribución.
- Distribución de mensajes SMS (mSalud).
- Publicidad en sitio web.
- Cartelería publicitaria.
- Publicidad en el transporte público (estaciones de autobús y de metro).
- Difusión en cines.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES Y EVENTOS COMUNITARIOS

- Desfiles o caminatas comunitarias.
- Días de deporte.
- Mesas de trabajo.
- Ferias de salud.
- Carreras solidarias.
- Competiciones de cortos, fotografía o arte.
- Flash mobs.
- Campeonatos (deportes, entretenimiento, etc.).

ABOGACÍA

- Organizar reuniones individuales o sesiones informativas con pequeños grupos específicos.
- Organizar reuniones de apoyo con grupos que puedan tener preocupaciones específicas.
- Comunicarse con las partes interesadas antes de comenzar una actividad o campaña pública.
- Diseñar talleres de capacitación con periodistas para educar sobre cómo comunicar el tema.
- Invitar a las partes interesadas a eventos específicos.
- Escribir editoriales de opinión (*op-eds*) y cartas al editor.

A continuación, se presenta el **cuadro 2** que resume las cuatro líneas de acción dirigidas a los profesionales de la salud y describe qué se pretende conseguir que hagan los profesionales de la salud luego de implementar una estrategia o plan de comunicación, los objetivos comunicacionales de las líneas de acción y un listado de mensajes; también se enumeran las posibles intervenciones que se pueden realizar.

CUADRO 2. Resumen de las cuatro líneas de acción para una audiencia de profesionales de la salud

SE BUSCA QUE LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

Apoyen y provean los medios para que los pacientes adquieran medicamentos siempre con prescripción y de fuentes conocidas y confiables.

Estén preparados para educar a sus pacientes cuando les pidan que les prescriban antimicrobianos que consideren innecesarios.

Eduquen a sus pacientes sobre el uso de antimicrobianos.

Tengan acceso a materiales educativos y los puedan utilizar para enseñar a otras personas.

Reciban educación continua sobre prescripción de antimicrobianos.

Se sientan seguros cuando diagnostican a sus pacientes (al prescribir antimicrobianos o cuando decidan no prescribirlos).

Tengan acceso a pautas de prescripción y de dispensación sobre antimicrobianos.

Cumplan y apoyen la implementación de la reglamentación de dispensación bajo receta.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES

Mejorar las prácticas de prescripción de los profesionales de la salud.

Aumentar la confianza de los profesionales de la salud cuando diagnostican a sus pacientes.

Apoyar y proveer los medios a los profesionales de la salud para que eduquen a sus pacientes sobre el uso y la adquisición adecuada de antimicrobianos.



MENSAJES

Prescriba y proporcione antimicrobianos solo cuando sean realmente necesarios, de acuerdo con las pautas actuales basadas en la evidencia.

Cuando prescriba un medicamento a un paciente, explíquele cómo mejorará su salud y qué beneficios o efectos colaterales puede experimentar.

Indique a sus pacientes que solo deben obtener medicamentos de fuentes conocidas y confiables.

Explique a sus pacientes cómo prevenir infecciones, cómo tomar antimicrobianos correctamente, qué es la resistencia a los antimicrobianos y los peligros de su uso inadecuado.

Siga siempre los protocolos de prevención y control de infecciones.

Los antimicrobianos sólo deben dispensarse bajo receta de un profesional cualificado y habilitado para prescribir de acuerdo con la reglamentación de su país.



LÍNEAS DE ACCIÓN E INTERVENCIONES

EDUCACIÓN PARA LA SALUD

1. Organizar sesiones de capacitación para prescriptores.
2. Organizar discusiones grupales para los profesionales de la salud.
3. Distribuir materiales educativos y pautas de prescripción y de dispensación sobre antimicrobianos.
4. Organizar almuerzos informales.
5. Concientizar sobre datos atípicos.

DIFUSIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

1. Campaña pública (Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos).
2. Anuncios de interés público en medios masivos (PSA).
3. Anuncios radiales.
4. Comunicados de prensa.
5. Conferencia de prensa.
6. Listas de distribución.
7. Distribución de mensajes SMS (mSalud).
8. Publicidad en sitio web.
9. Cartelería publicitaria.
10. Publicidad en el transporte público (estaciones de autobús y de metro).
11. Difusión en cines.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES Y EVENTOS COMUNITARIOS

1. Desfiles o caminatas comunitarias.
2. Días de deporte.
3. Mesas de trabajo.
4. Ferias de salud.
5. Carreras solidarias.
6. Competiciones de cortos, fotografía o arte.
7. *Flash mobs*.
8. Campeonatos (deportes, entretenimiento, etc.).

ABOGACÍA

1. Organizar reuniones individuales o sesiones informativas con pequeños grupos específicos.
2. Organizar reuniones de apoyo con grupos que puedan tener preocupaciones específicas.
3. Comunicarse con las partes interesadas antes de comenzar una actividad o campaña pública.
4. Diseñar talleres de capacitación con periodistas para educar sobre cómo comunicar el tema.
5. Invitar a las partes interesadas a eventos específicos.
6. Escribir editoriales de opinión (*op-eds*) y cartas al editor.



CANALES DE COMUNICACIÓN Y HERRAMIENTAS

CANALES, HERRAMIENTAS Y ÁMBITOS PARA LLEGAR A LAS AUDIENCIAS OBJETIVO

Los canales de comunicación difunden los mensajes a las audiencias objetivo. Tienen diferentes formas y existe una infinita lista de posibilidades. Con el fin de identificar qué canal se debe utilizar para llegar a una audiencia específica, se pueden formular las siguientes preguntas: ¿De dónde o de quién recibe la información esa audiencia? ¿A quiénes considera creíbles? ¿Dónde pasa la mayor parte del tiempo? ¿Dónde es más probable que preste atención?

CANALES

- **Medios de comunicación masiva:**
 - **Audiovisuales:** televisión, radio, radios comunitarias, pódcast.
 - **Gráficos:** periódicos, revistas, periódicos de barrio.
 - **Digitales:** sitios web, redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), blogs, boletines.
- **Teléfonos móviles.**
- **Organismos y mecanismos comunitarios.**
- **Líderes comunitarios e influenciadores.**
- **Eventos presenciales y virtuales:** conferencias de prensa, seminarios, talleres, discusiones informativas.

HERRAMIENTAS

- **Audiovisuales:** videos, anuncios de interés público (PSA), anuncios radiales, fotografías, etcétera.
- **Materiales impresos:** fichas técnicas, infografías, panfletos, folletos, volantes, pósteres, etcétera.
- **Otras herramientas:** mensajes de texto (son especialmente útiles para llegar a las audiencias objetivo que están en áreas donde la conexión a internet es inestable), manuales, preguntas y respuestas, carpetas de prensa, etcétera.

ÁMBITOS

Considere cuáles podrían ser los mejores lugares para hacer llegar sus mensajes, materiales, etcétera.

Ejemplos: salas de espera en consultorios y hospitales, farmacias, guarderías, foros de la comunidad, centros comunitarios, festivales callejeros, tiendas de comestibles, reparticiones municipales (como la dirección de tránsito), centros comerciales, parques, escuelas, facultades, centros de capacitación vocacional y de idiomas, bibliotecas, centros recreativos (como canchas de fútbol o básquetbol), oficinas comunitarias sin fines de lucro, terminales o estaciones de transporte, supermercados y restaurantes de comidas rápidas, entre otros.

También puede pensar en la distribución participativa e involucrar a las comunidades reclutando residentes para que colaboren con la distribución de los materiales.

ESTABLECER ASOCIACIONES

Aprovechar los canales de difusión y coordinar las comunicaciones con los socios y contrapartes puede amplificar los mensajes para que la audiencia objetivo los escuche con frecuencia y de diferentes fuentes confiables.

RECUADRO 4. Redes sociales

Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok y otras plataformas pueden ayudar a que los mensajes lleguen inmediatamente a millones de personas.

Los materiales creados por la OPS con mensajes sobre la RAM para las redes sociales están disponibles para descarga en los enlaces siguientes:

1. Organización Panamericana de la Salud. Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de los Antibióticos 2018 [Internet]. OPS; 2018. Disponible en: <https://www.paho.org/es/campanas/semana-mundial-concientizacion-sobre-uso-antibioticos-2018>.
2. Organización Panamericana de la Salud. Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de los Antibióticos 2019 [Internet]. OPS; 2019. <https://www.paho.org/es/campanas/semana-mundial-concientizacion-sobre-uso-antibioticos-2019>.
3. Organización Panamericana de la Salud. Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de los Antibióticos 2020 [Internet]. OPS; 2020. <https://www.paho.org/es/campanas/semana-mundial-concientizacion-sobre-uso-antimicrobianos-2020>.



MONITOREO Y EVALUACIÓN

Evaluar las intervenciones permite optimizar la efectividad de las comunicaciones, asegurarse de que la estrategia o el plan de comunicación entra en contacto con las audiencias clave y de que los mensajes están resonando entre ellas (10-11, 30). En un plan de monitoreo se debe definir qué aspectos de la intervención (programa, campaña, actividad, evento, etc.) se monitorearán para determinar si ha sido efectiva.

Para analizar el progreso, es necesario determinar unos objetivos medibles en cada intervención. Cada objetivo de comunicación debe cumplir con el concepto SMART (por su sigla en inglés) (10-11, 30).

**Específico (*specific*)**

¿Cuál es la meta, la estrategia o la táctica objetiva que su organización desea evaluar?

**Medible (*measurable*)**

¿Cuáles son sus indicadores clave para medir el impacto de dicha acción?

**Alcanzable (*attainable*)**

¿Quién implementará el objetivo de comunicación?
¿Se dispone del personal necesario para llevar adelante la acción de comunicación en forma constante?

**Realista (*realistic*)**

¿Qué resultados pueden alcanzarse de manera realista?

**Temporal (*time-bound*)**

¿Cuál es la línea temporal para lograr el resultado?

Antes de iniciar la intervención se deben recopilar datos de referencia. Por lo tanto, es necesario considerar y diseñar un plan de evaluación desde el comienzo de una intervención (10-11, 30). Por ejemplo, si se va a realizar una intervención consistente en compartir un video educativo sobre el uso y la adquisición de antimicrobianos durante una conferencia grupal de madres, padres y maestros en una escuela, la audiencia objetivo son las madres y los padres que asisten a la reunión. Antes de ver el video, se puede hacer una consulta inicial a los participantes para evaluar sus conocimientos, actitudes y prácticas sobre el uso y adquisición de antimicrobianos. Uno de los objetivos SMART a medir puede ser que después de ver el video, 70% de los participantes recuerde tres mensajes clave sobre la RAM. Luego, después de visionar el video (intervención), se puede hacer la misma consulta a los participantes y analizar los resultados para observar si la intervención funcionó.

Es importante ser realistas y determinar las prioridades en el momento de diseñar el plan de evaluación. No es necesario evaluar todos los componentes de una estrategia de comunicación. Basta con seleccionar algunos elementos o actividades, y analizar el progreso y las dificultades. Los resultados de una evaluación se deben utilizar para informar a las partes interesadas sobre el progreso logrado o para proponer cambios futuros para abordar los desafíos (10-11, 30).

RECUADRO 5.

Pasos para evaluar una intervención o actividad

1. Identificar una intervención para evaluarla (actividad, producto o campaña).
2. Determinar los objetivos SMART para esa intervención.
3. Crear indicadores para medir el impacto.
4. Realizar una evaluación inicial.
5. Realizar la intervención.
6. Realizar una evaluación posterior a la intervención.
7. Medir el impacto.

RECUADRO 6. Ejemplo de enfoque para desarrollar objetivos SMART para una estrategia de comunicación

Durante los próximos tres años, la implementación de una estrategia de comunicación garantizará los siguientes objetivos:

- En el término de tres años, aumentar la dispensación de antimicrobianos únicamente con receta en X% (por ejemplo, 40%) en una muestra de población definida.
- En el término de tres años, el número de cuidadores o madres y padres de niños y niñas que declaren haber obtenido prescripciones antes de adquirir antimicrobianos habrá aumentado X% (por ejemplo, 25%).
- En el término de tres años, reducir el uso total de antimicrobianos X% (por ejemplo, 15%) en una muestra de población definida.
- En el término de tres años, reducir la prescripción total de antimicrobianos X% en infección de vías aéreas superiores en una muestra de población definida en cada país.

RECUADRO 7. Ejemplo de indicadores para utilizar en las evaluaciones

Los indicadores pueden variar dependiendo de la actividad que se desarrolle.

- Uso de antimicrobianos en el país (%).
- Conocimiento, actitudes y prácticas sobre el uso y la adquisición de antimicrobianos por parte del público (% de aumento de los conocimientos, cambio de actitudes sobre la adquisición de antimicrobianos, número de encuestados que adquirieron antimicrobianos sin prescripción).
- Conocimientos, actitudes y prácticas de los profesionales sanitarios sobre la prescripción de antimicrobianos.
- Recuerdo de una campaña específica.
- Cantidad de materiales educativos distribuidos.
- Cantidad de charlas y presentaciones realizadas.
- Cantidad de eventos organizados.
- Tiempo dedicado al tema (mensajes sobre la RAM) en emisoras de radio y televisión.
- Cantidad de participantes en las actividades o eventos.
- Cantidad de anuncios radiales emitidos.
- Cantidad de anuncios de interés público (PSA) emitidos por televisión.
- Cantidad de pautas de prescripción y de dispensación dadas a los profesionales de la salud en centros de salud y consultorios.
- Cantidad de visitas al sitio web.

El **apéndice F** presenta un ejemplo de preguntas para realizar evaluaciones previas a la prueba, un ejemplo de preguntas para evaluar un anuncio de interés público (PSA) o anuncio radial, y ejemplos de preguntas de evaluación para las acciones relacionadas con la distribución y el uso de material educativo por parte de los profesionales sanitarios.

El **apéndice G** presenta un modelo de evaluación para una estrategia de comunicación, que también puede usarse para evaluar las intervenciones que se planifiquen, después de realizar las modificaciones adecuadas.

PRESUPUESTO

Antes de comenzar a diagramar una estrategia de comunicación, es importante definir los recursos

financieros que se precisan para su desarrollo, implementación, seguimiento y evaluación. Conocer el presupuesto aproximado de la estrategia le permitirá asignar y movilizar recursos.

LIMITACIONES

Las posibles barreras u obstáculos para implementar una estrategia incluyen:

- Limitaciones humanas y financieras.
- Poco tiempo del personal.
- Falta de apoyo político.
- Resistencia del público al cambio de comportamiento.

REFERENCIAS

1. Organización Mundial de la Salud. Plan de Acción Mundial sobre la Resistencia a los Antimicrobianos [Internet]. Ginebra: OMS; 2015. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255204/9789243509761-spa.pdf?sequence=1>.
2. Organización Panamericana de la Salud. Plan de Acción sobre la Resistencia a los Antimicrobianos [Internet]. 54.º Consejo Directivo y 67.ª Sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas; 28 de septiembre al 2 de octubre del 2015. Washington, D. C.: OPS; 2015 (Resolución CD54R15). [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/CD54-12-s.pdf>.
3. Organización Panamericana de la Salud. El acceso y uso racional de los medicamentos y otras tecnologías sanitarias estratégicas y de alto costo. 55.º Consejo Directivo y 62.ª Sesión del Comité Regional para las Américas; 26 al 30 de septiembre del 2016. Washington, D. C.: OPS; 2016. [Consultado el 6 de agosto del 2021]. Disponible en: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/31432/CD55-R12-s.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.
4. Organización Mundial de la Salud. World Health Day 2011: Toolkit for event organizers [Internet]. Ginebra: OMS; 2011. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.who.int/world-health-day/2011/WHD2011-toolkit-EN3.pdf?ua=1>.
5. Organización Mundial de la Salud. Resistencia a los antibióticos. Datos y cifras [Internet]. Ginebra: OMS; 2017. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/resistencia-a-los-antibi%C3%B3ticos>.
6. Organización Mundial de la Salud. Worldwide country situation analysis: response to antimicrobial resistance. Ginebra: OMS; 2015. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/163468/9789241564946_eng.pdf?sequence=1.
7. Organización Panamericana de la Salud. Estatutos de la Red Panamericana para la Armonización de la Reglamentación Farmacéutica (Red PARF) [Internet]. Washington, D. C.: OPS; 2015. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2016/red-parf-estatutos-Dic2015.pdf>.
8. Organización Panamericana de la Salud. Armonización de la Reglamentación Farmacéutica en las Américas. 42.º Consejo Directivo y 52.ª Sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas; 25 al 29 de septiembre del 2000. Washington, D. C.: OPS; 2000 (Resolución CD42R/13). [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/documentos/cd4213-rev-1-armonizacion-reglamentacion-farmaceutica-americas>.
9. Organización Panamericana de la Salud. Plan de Desarrollo Estratégico 2014-2020 de la Red Panamericana para la Armonización de la Reglamentación Farmacéutica (Red PARF). Washington, D. C.: OPS; 2014.
10. Organización Mundial de la Salud. HPV Vaccine Communication. Special considerations for a unique vaccine. 2016 update [Internet]. Ginebra: OMS; 2017. [Consultado el 6 de agosto del 2021]. Disponible en: <https://www.who.int/publications/i/item/10665250279>.
11. Parvanta CF, Nelson DE, Harner RN. Public Health Communication. Burlington: Jones & Bartlett Learning; 2017.
12. Bronfenbrenner U. Toward an experimental ecology of human development. *American Psychologist*. 1977;32(7):513-531.
13. Glanz K, Rimer B, Viswanath K. *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice*. San Francisco: Jossey-Bass; 2008.

14. Stålsby Lundborg C, Tamhankar AJ. Understanding and changing human behaviour—antibiotic mainstreaming as an approach to facilitate modification of provider and consumer behaviour. *Upsala Journal of Medical Sciences*. 2014;119(2):125-133. [Consultado el 28 de julio del 2021]. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3109/03009734.2014.905664>.
15. Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades. The Social-Ecological Model: A Framework for Prevention [Internet]. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.cdc.gov/violenceprevention/publichealthissue/social-ecologicalmodel.html>.
16. Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades. Strategies to Prevent Obesity and Other Chronic Diseases: The CDC Guide to Strategies to Increase Physical Activity in the Community [Internet]. Atlanta: U.S. Department of Health and Human Services; 2011. [Consultado el 14 de septiembre del 2017]. Disponible en: https://www.cdc.gov/obesity/downloads/pa_2011_web.pdf.
17. Organización Mundial de la Salud. Evaluation of antibiotic awareness campaigns. Report prepared by Saam M, Huttner B and Harbarth S. WHO Collaborating Centre on Patient Safety, Infection Control & Improving Practices. Ginebra: OMS; 2015.
18. Huttner B, Goossens H, Verheij T, Harbarth S, CHAMP consortium. Characteristics and outcomes of public campaigns aimed at improving the use of antibiotics in outpatients in high-income countries. *Lancet Infect Dis*. 2010;10:17-31. [Consultado el 20 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20129146/>.
19. Cross E, Tolfree R, Kipping R. Systematic review of public-targeted communication interventions to improve antibiotic use. *Journal of Antimicrobial Chemotherapy*. 2017;72:975-987. [Consultado el 20 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27999058>.
20. Arnold S, Straus S. Interventions to improve antibiotic prescribing practices in ambulatory care. *Cochrane Database Syst Rev*. 2005;4:CD003539. [Consultado el 20 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16235325>.
21. Sabuncu E, David J, Bernède-Bauduin C, Pépin S, Leroy M, Boëlle PY, et al. Significant Reduction of Antibiotic Use in the Community after a Nationwide Campaign in France, 2002-2007. *PLoS Med*. 2009;6(6):e1000084. doi.org/10.1371/journal.pmed.1000084.
22. Huttner B, Harbarth S. Antibiotics Are Not Automatic Anymore —The French National Campaign To Cut Antibiotic Overuse. *PLoS Med*. 2009;6(6):e1000080. doi.org/10.1371/journal.pmed.1000080.
23. Finch RG, Metlay JP, Davey PG, Baker LJ. Educational interventions to improve antibiotic use in the community: report from the International Forum on Antibiotic Resistance (IFAR) colloquium, 2002. *The Lancet Infectious Diseases*. 2004;4(1):44-53. [Consultado el 20 de septiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14720568>.
24. Mölsted S, Erntell M, Hanberger H, Melander E, Norman C, Skoog G, et al. Sustained reduction of antibiotic use and low bacterial resistance: 10-year follow-up of the Swedish Stramaprogramme. *The Lancet Infectious Diseases*. 2008;8(2):125-32.
25. Bernier A, Delarocque-Astagneau E, Ligier C, Vibet MA, Guillemot D, Watier L. Outpatient antibiotic use in France between 2000 and 2010: after the nationwide campaign, it is time to focus on the elderly. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*. 2014;58(1):71-77.
26. Kesten JM, Bhattacharya A, Ashiru-Oredope D, Gobin M, Audrey S. The Antibiotic Guardian campaign: a qualitative evaluation of an online pledge-based system focused on making better use of antibiotics. *BMC Public Health*. 2017;18(1):5.
27. Chaintarli K, Ingle SM, Bhattacharya A, Ashiru-Oredope D, Oliver I, Gobin M. Impact of a United Kingdom-wide campaign to tackle antimicrobial resistance on self-reported knowledge and behaviour change. *BMC Public Health*. 2016;16(1):393.
28. Organización Panamericana de la Salud. Resistencia a los antimicrobianos [Internet]. Washington, D. C.: OPS; s/f. [Consultado el 10 de noviembre del 2020]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/temas/resistencia-antimicrobianos>.
29. National Cancer Institute. Making Health Communication Programs Work. Washington, D. C.: The Institute; 2004. [Consultado el 6 de agosto del 2021]. Disponible en: <https://www.cancer.gov/publications/health-communication/pink-book.pdf>.
30. Mainous AG, Diaz VA, Carnemolla M. Factors affecting Latino adults' use of antibiotics for self-medication. *The Journal of the American Board of Family Medicine*. 2008;21(2):128-34. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18343860>.
31. Mainous AG III, Cheng AY, Garr RC, Tilley BC, Everett CJ, McKee MD. Nonprescribed antimicrobial drugs in Latino community, South Carolina. *Emerging Infectious Diseases*. 2005;11(6):883. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3367598/>.

32. Larson EL, Dilone J, Garcia M, Smolowitz J. Factors which influence Latino community members to self-prescribe antibiotics. *Nursing Research*. 2006;55(2):94-102. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: http://journals.lww.com/nursingresearchonline/Abstract/2006/03000/Factors_Which_Influence_Latino_Community_Members.4.aspx.
33. Organización Panamericana de la Salud. COVID-19: Comunicación de riesgos y participación comunitaria (CRPC). Washington, D. C.: OPS; 2020. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/documentos/covid-19-comunicacion-riesgos-participacion-comunitaria-crpc>.
34. Niederdeppe J, Shapiro MA, Porticella N. Attributions of responsibility for obesity: Narrative communication reduces reactive counterarguing among liberals. *Human Communication Research*. 2011;37(3):295-323.
35. Dunlop S, Wakefield M, Kashima Y. Can you feel it? Negative emotion, risk, and narrative in health communication. *Media Psychology*. 2008;11(1):52-75. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15213260701853112>.
36. The Global Fund for Children, Communicating for Change. Harnessing the Power of Videos: A Video Storytelling Training Toolkit for Organizations Working with Adolescents Girls. Washington, D. C.: The Global Fund for Children; s/f. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/strengthening_tools/HarnessingthePowerofVideo_0.pdf.
37. Organización Panamericana de la Salud. Los caza-microbios: salvando los prodigios de la medicina moderna [video en Internet]. Youtube. 24 de septiembre del 2015. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=bo3YiOKsKsA&feature=emb_logo.
38. Organización Mundial de la Salud. Los antibióticos no curan las infecciones causadas por virus como los resfriados y la gripe [video en Internet]. Youtube. 11 de noviembre del 2015. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=ILhBJqLNezk&feature=emb_logo.
39. Organización Mundial de la Salud. No tome antibióticos a menos que se los haya recetado un profesional de la salud [video en Internet]. Youtube. 11 de noviembre del 2015. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=EemHblnFRC4&feature=emb_logo.
40. Organización Mundial de la Salud. Nunca comparta antibióticos con otras personas (ni siquiera con sus familiares) [video en Internet]. Youtube. 11 de noviembre del 2015. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=0e_AhLB0NGE&feature=emb_logo.
41. Organización Mundial de la Salud. Lávese las manos para prevenir las infecciones (y así evitar el uso de antibióticos) [video en Internet]. Youtube. 11 de noviembre del 2015. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=tf2Yj_NXx8Q&feature=emb_logo.
42. Gobierno de El Salvador. Medicina para todos [canal en Internet]. Youtube. s/f. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: https://www.youtube.com/channel/UC4o_GG-A8mh6VgxlAGPBNA.
43. The Joint Commission. Speak Up Campaigns [sede web]. The Joint Commission. s/f. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://www.jointcommission.org/resources/for-consumers/speak-up-campaigns/>.
44. The Joint Commission. Speak Up Antibiotics: Know The Facts [video en Internet]. Vimeo. 30 de abril del 2020. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://vimeo.com/413729593>.
45. Administración de Recursos y Servicios de Salud, Departamento de Salud y Servicios Humanos [sede web]. HRSA. s/f. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://poisonhelp.hrsa.gov/>.
46. Public Health England. Antibiotic Guardian Campaign [sede web]. Public Health England; 2014. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <https://antibioticguardian.com>.
47. Gurman TA, Rubin SE, Roess AA. Effectiveness of mHealth behavior change communication interventions in developing countries: a systematic review of the literature. *Journal of Health Communication*. 2012;17(1):82-104. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10810730.2011.649160>.
48. Roll Back Malaria Partnership. Malaria Behavior Change Communication (BCC) Indicator Reference Guide. Febrero del 2014 [Internet]. RBM. 2014. [Consultado el 31 de julio del 2021]. Disponible en: <http://www.rollbackmalaria.org/wp-content/uploads/2017/08/Malaria-BCC-Indicators-Reference-Guide.pdf>.

APÉNDICE A

EJEMPLO DE LÍNEA TEMPORAL PARA CAMPAÑA PÚBLICA Y PARA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOBRE LA RESISTENCIA A LOS ANTIMICROBIANOS

El siguiente ejemplo es una línea temporal de dos años para una campaña pública con anuncios televisivos y radiales. Se puede crear una línea temporal adaptada a la intervención que se planea realizar.

	AÑO 1												AÑO 2											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Decidir la gestión y la configuración del equipo	■																							
Seleccionar a la agencia creativa	■	■																						
Desarrollar y revisar los materiales		■	■																					
Materiales producidos			■	■																				
Hacer pretest y revisión				■																				
Aprobar				■																				
Lanzar					■	■	■	■	■								■	■	■	■				
Anuncios televisivos emitidos					■	■	■	■	■								■	■	■	■				
Anuncios radiales emitidos					■	■	■	■	■								■	■	■	■				
Evaluar										■											■			
Planificar para el futuro											■													
Realizar cambios, si es necesario													■	■	■							■	■	■

El siguiente ejemplo es una línea temporal de dos años para una estrategia de comunicación que incluye diversas actividades e intervenciones. Se puede crear una línea temporal de acuerdo con las posibilidades de cada organización, los presupuestos, el contexto del país, etcétera.

	AÑO 1												AÑO 2											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Proyecto Fotovoz (PhotoVoice)	■	■	■	■											■	■	■	■						
Obra de teatro para niños	■	■						■	■						■	■							■	■
Campaña en redes sociales	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■		■	■	■	■	■	■					■	
Narraciones (reportajes)	■					■				■								■					■	
Campañas					■	■			■	■	■											■	■	
Sesiones de capacitación con profesionales de la salud, estudiantes, etcétera			■	■				■	■						■	■					■	■		
Grupos de discusión con profesionales de la salud			■			■			■						■			■				■		
Anuncios televisivos o radiales emitidos	■	■	■							■			■	■								■	■	■
Eventos y actividades comunitarias	■	■				■			■				■	■					■				■	
Reuniones de apoyo con partes interesadas			■					■		■					■					■				■

APÉNDICE B

MENSAJES CLAVE EN CAMPAÑAS PÚBLICAS DE LA OPS Y LA OMS

A continuación se muestran los mensajes clave utilizados durante la Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos por la OPS y la OMS entre el 2016 y el 2020.

2020

Eslogan: “Antimicrobianos: manéjalos con cuidado”.

Lema para el sector de salud humana: “Unidos para preservar los antimicrobianos”.

- Nunca compre antimicrobianos sin receta médica o de fuentes desconocidas, principalmente de internet. Los antimicrobianos pueden ser nocivos para la salud si los adquiere sin receta médica. Consulte con un profesional de la salud cualificado antes de tomar antimicrobianos.
- La era de los antimicrobianos se nos acaba. Corremos el riesgo de que los antimicrobianos pierdan eficacia debido al uso incorrecto o excesivo cuando no se necesitan. Los antimicrobianos solo deben usarse cuando los prescribe un profesional de la salud cualificado.
- ¿Qué es la resistencia a los antimicrobianos? Aparece a través de cambios genéticos en los virus, las bacterias, los hongos y los parásitos, que los hacen resistentes a los medicamentos que los combaten. El mal uso y el uso excesivo de antimicrobianos están acelerando la propagación de la resistencia a los mismos. Sin antimicrobianos, la humanidad se queda sin defensa contra muchas enfermedades.
- Con la resistencia a los antimicrobianos, los medicamentos no funcionan y las infecciones son más difíciles de curar. Esto aumenta el riesgo de propagación a otras personas e incluso de muerte.
- ¿Conoces las superbacterias? Una bacteria se hace más resistente cuando entra en contacto con los antimicrobianos, muta para sobrevivir y transmite esa resistencia a otras bacterias. El uso de medicamentos antimicrobianos en la salud humana, la sanidad animal y el medio ambiente acelera la aparición de bacterias resistentes a los antimicrobianos. La resistencia a los antimicrobianos hace que los medicamentos ya no funcionen y no curen. La resistencia a los antimicrobianos es un problema global y creciente, ya que pone en riesgo el tratamiento eficaz de infecciones.
- Antimicrobianos, ¿los conoces? Son medicamentos que se utilizan para tratar infecciones causadas por hongos, virus, bacterias y parásitos. Los antimicrobianos se utilizan en la salud humana, la sanidad animal y la agricultura. Los antibióticos son uno de los antimicrobianos más utilizados. Muchas veces estos medicamentos se usan en exceso y sin supervisión profesional. Esto aumenta el riesgo de resistencia y reduce su efectividad para curar enfermedades.

2019

- La higiene adecuada de las manos previene las infecciones y disminuye la propagación de la resistencia a los antibióticos.
- La vacunación previene las infecciones y disminuye la propagación de la resistencia a los antibióticos.
- Incluso si solo tomas antibióticos a veces puedes contraer una infección resistente.
- El sexo seguro previene las infecciones y disminuye la propagación de la resistencia a los antibióticos.

2018

Eslogan: "Piénsalo dos veces. Pide asesoramiento".
Mensaje para el público general: "El uso inadecuado de antibióticos nos pone a todos en riesgo".

2017

- Piénselo dos veces. Pida asesoramiento. Los antibióticos no siempre son la respuesta.
- La era de los antibióticos se nos acaba. Corremos el riesgo de que pierdan eficacia debido al uso incorrecto o abusivo, y muchas veces ni siquiera son necesarios.
- El uso incorrecto de los antibióticos supone un riesgo para todos. Al tomar antibióticos que no necesitamos estamos acelerando la aparición de resistencias. Las infecciones resistentes a los antimicrobianos son más complejas y difíciles de tratar. Pueden afectar a cualquier persona, de cualquier edad y en cualquier país.

2016

- Estamos a punto de entrar en una era posterior a los antibióticos en la que las infecciones comunes pueden matar. Todavía podemos evitarlo manejando los antibióticos con cuidado.
- En cada rincón del mundo, las personas se están enfermando durante más tiempo, pagan tratamientos más costosos y enfrentan un mayor riesgo de morir debido a la #ResistenciaAntimicrobiana.
- Usted puede combatir la #ResistenciaAntimicrobiana manteniendo una buena higiene, las vacunas al día y utilizando antimicrobianos solo cuando se los prescriba el médico.
- Los trabajadores sanitarios deben liderar la lucha contra la #ResistenciaAntimicrobiana prescribiendo los medicamentos adecuados solo cuando sean necesarios, educando a los pacientes para usarlos correctamente y mejorando las medidas de prevención y control de infecciones en clínicas y hospitales.
- ¿Sabía que 80% de los antibióticos se administran a animales destinados al consumo humano y que solo 20% es para el tratamiento de los que están enfermos? #ResistenciaAntimicrobiana.
- Los gobiernos también desempeñan un papel importante en esta batalla contra la #ResistenciaAntimicrobiana mediante la producción, distribución y adquisición de antibióticos, así como controlando su calidad, mediante la implementación de los estándares de salud e higiene, el establecimiento de sistemas de monitoreo y vigilancia, y la información a la población.

APÉNDICE C

MATERIALES DE COMUNICACIÓN DE CAMPAÑAS DE LA OPS Y LA OMS

En este apéndice se presentan materiales de comunicación utilizados en las campañas de la Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos de la OPS y la OMS desde el 2018 al 2020.

En este enlace encontrará todos los recursos de la OMS:

<https://www.who.int/es/campaigns/world-antibiotic-awareness-week>.

SEMANA MUNDIAL DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL USO DE LOS ANTIMICROBIANOS 2020

Materiales para redes sociales:

<https://www.paho.org/es/campanas/semana-mundial-concientizacion-sobre-uso-antimicrobianos-2020>.

SEMANA MUNDIAL DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL USO DE LOS ANTIMICROBIANOS 2019

Página de la campaña:

<https://www.who.int/es/campaigns/world-antibiotic-awareness-week/world-antibiotic-awareness-week-2019>.

Material para redes sociales:

<https://www.who.int/es/campaigns/world-antibiotic-awareness-week/world-antibiotic-awareness-week-2019/advocacy-material>.

SEMANA MUNDIAL DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL USO DE LOS ANTIMICROBIANOS 2018

Página de la campaña:

<https://www.who.int/es/campaigns/world-antibiotic-awareness-week/world-antibiotic-awareness-week-2018>.

Materiales de campaña (GIF animados, mensajes, carteles para redes sociales)

<https://www.who.int/es/campaigns/world-antibiotic-awareness-week/world-antibiotic-awareness-week-2018/advocacy-material>.

APÉNDICE D

EJEMPLOS DE GUIONES PARA ANUNCIOS RADIALES DE LA OPS

En este apéndice se presentan los guiones radiales desarrollados por la OPS para la Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos 2020.

GUION 1

Voz masculina 1:

—¿Qué estás buscando en internet?

Voz masculina 2:

—Estoy buscando antibióticos. Los voy a comprar en internet porque no tengo receta. Creo que solo tengo una infección de oídos y no quiero ir al médico.

Voz masculina 1:

—Ten cuidado... no compres antibióticos de fuentes desconocidas porque puede que sean falsificados, que no tengan la calidad adecuada o que no estén autorizados para su uso. Además, podrían contener ingredientes que perjudiquen tu salud y hasta ser mortales. Usa los antibióticos exactamente como te lo prescriba el médico y adquiérelos en una farmacia.

Voz en off, mención del proyecto:

Este es un mensaje de la OPS, la FAO, la OIE y la Unión Europea.

GUION 2

Voz masculina:

—Claudia, el vecino se siente mal. Parece que tiene una infección. Le voy a regalar el antibiótico que me sobró de la última vez que estuve enfermo.

Voz femenina:

—No eres médico para recomendar antibióticos... aconséjale que visite un servicio de salud si se siente enfermo.

Voz en off con tono de autoridad:

¡Cuidado! Los antibióticos no se deben tomar ante la sospecha de una infección. Usted puede reconocer los síntomas de una infección, pero eso no significa que sepa cómo tratarla. Solo un doctor o una doctora sabrá qué medicamento recetar, la cantidad y el tiempo que hay que utilizarlo.

Voz en off, mención del proyecto:

Este es un mensaje de la OPS, la FAO, la OIE y la Unión Europea.

GUION 3

Voz infantil:

—Mamá, ¿por qué los antibióticos no sirven contra la COVID-19?

Voz femenina:

—Porque la COVID-19 la causa un virus y los antibióticos solo atacan a las bacterias.

Voz infantil:

—¿Ni siquiera con un antibiótico caro?

Voz femenina:

—El precio no es lo importante. Ten en cuenta que si usamos un antibiótico equivocado podríamos hacer más fuerte a la bacteria que nos está enfermado, y por lo tanto será más difícil curarnos.

Voz infantil:

—¡Ah! Por eso siempre dices que solo un doctor o una doctora sabe qué medicamento debemos tomar para cada enfermedad.

Voz en off, mención del proyecto:

Este es un mensaje de la OPS, la FAO, la OIE y la Unión Europea.

APÉNDICE E

EJEMPLO DE COMUNICADO DE PRENSA DE LA OPS

NUEVO MANUAL DE LA OPS: GUÍA PARA EL MANEJO DE LA RESISTENCIA A LOS ANTIMICROBIANOS EN LAS AMÉRICAS

Washington, D. C., 16 de noviembre del 2018. Un nuevo manual lanzado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), oficina regional de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y la Escuela de Salud Pública y Trabajo Social Robert Stempel de la Florida International University (FIU) llama a los países de la Región a establecer programas para optimizar el uso de antimicrobianos como una forma de prevenir la resistencia.

El manual titulado *Recommendations for Implementing Antimicrobial Stewardship Programs in Latin America and the Caribbean: Manual for Public Health Decision-Makers* (Recomendaciones para implementar programas de administración de antimicrobianos en América Latina y el Caribe: manual para tomadores de decisiones de salud pública), que se publicó hoy en la Semana Mundial de Concientización sobre el Uso de los Antibióticos 2018, tiene como objetivo proporcionar lineamientos prácticos para las autoridades de salud, y recomendaciones para gerentes de hospitales y trabajadores de salud sobre intervenciones costo-efectivas que abordan la resistencia a los antimicrobianos.

“Los antimicrobianos han permitido salvar millones de vidas en todo el mundo, pero actualmente estamos experimentando tasas de resistencia sin precedentes a algunos de los tratamientos más comunes”, dijo Marcos Espinal, Director de la Unidad de Enfermedades Transmisibles y Determinantes Ambientales de la Salud de la OPS. “Es vital que se intensifiquen los esfuerzos para preservar estos logros, reducir el impacto de la resistencia y asegurar que haya prevención y tratamientos continuos de las enfermedades infecciosas”.

Los antimicrobianos o antibióticos, como se conocen más comúnmente, son vitales en la prevención y el tratamiento de infecciones. La resistencia a los antimicrobianos ocurre cuando los microorganismos en las infecciones cambian en respuesta al uso de estos medicamentos, lo que los convierte en ineficientes.

La evidencia disponible muestra que la RAM aumenta con el uso excesivo de antimicrobianos. Esto se debe principalmente a su uso incorrecto para tratar los síntomas del resfriado y la influenza, que son infecciones virales, o como medida preventiva después de las cirugías. Se estima que hasta 50% del uso de antimicrobianos es inapropiado, lo que aumenta considerablemente los costos de atención al paciente, así como la morbilidad y la mortalidad. Este uso inapropiado puede fomentarse por problemas como la prescripción excesiva de antimicrobianos y el fácil acceso a estos medicamentos por la adquisición sin receta o por internet, prácticas que están muy difundidas en algunos países.

Administración antimicrobiana

El objetivo de la gestión antimicrobiana eficaz es promover la optimización del uso de antimicrobianos a nivel nacional y local, de acuerdo con las normas internacionales, para asegurar que se elijan los antimicrobianos correctos en las dosis adecuadas, según la evidencia disponible.

Los programas de administración antimicrobiana implican la coordinación entre distintos trabajadores de la salud, incluidos los médicos, los farmacéuticos y los microbiólogos, así como los especialistas en prevención de infecciones, los profesionales de enfermería, y el personal de tecnología de la información.

Las estrategias recomendadas para la administración antimicrobiana incluyen la implementación de prácticas basadas en la prescripción en los hospitales, como por ejemplo la reevaluación de las prescripciones de antimicrobianos después de 48 a 72 horas del inicio del tratamiento. También abarcan intervenciones dirigidas a las farmacias, para asegurar un uso y una dosificación correctos, así como intervenciones basadas en datos, para asegurar que los registros de microbiología sean fácilmente accesibles en el punto de atención.

“La administración antimicrobiana garantiza que los sistemas de atención de salud de un país tengan establecidos programas para abordar los determinantes de la RAM y para implementar las iniciativas políticas, programáticas y educativas necesarias que promuevan el uso racional de los antimicrobianos”, agregó Espinal.

Respuesta de resistencia antimicrobiana en las Américas

En las Américas, la resistencia a los antimicrobianos es una prioridad urgente de salud pública. En la Región ya se está observando una tendencia creciente a la resistencia en infecciones comunitarias y hospitalarias. En las últimas dos décadas, la Región ha sido pionera en enfrentar la resistencia a los antimicrobianos desde una perspectiva de salud pública, incluida la vigilancia basada en laboratorio, un mayor monitoreo, la implementación de campañas de concientización y el desarrollo de programas de administración de antimicrobianos en los hospitales.

La OPS y otras organizaciones de salud en la Región han coordinado las intervenciones de administración antimicrobiana. Algunas iniciativas para controlar el uso de antimicrobianos, por ejemplo, a través de recetas obligatorias, ya han demostrado ser exitosas, ya que se ha visto una reducción del uso en 12% en México. Tras la implementación de esta regulación en Chile en 1999, en Colombia en el 2005, y en Brasil y México en el 2010, no se detectaron incrementos en las admisiones relacionadas con infecciones bacterianas, lo que destaca su efectividad.

Sin embargo, pese a estos avances, se deben incrementar los esfuerzos hacia la administración antimicrobiana. Los sectores, las personas y las organizaciones que trabajan en el área deben estar mejor integrados para asegurar un mayor impacto en la RAM y cuantificar este impacto en la Región.

FIRMA

APÉNDICE F

EJEMPLOS DE PREGUNTAS PARA EVALUAR ACCIONES DE COMUNICACIÓN

En este apartado se presentan ejemplos de preguntas que sirven para realizar evaluaciones antes de lanzar un material de comunicación, preguntas para evaluar anuncios de interés público (PSA) o anuncios radiales, y preguntas de evaluación para las acciones relacionadas con la distribución y el uso de material educativo por parte de los profesionales sanitarios.

Los modelos de preguntas y de evaluaciones se tomaron a partir de sugerencias y recomendaciones de *Making Health Communication Programs Work*¹ y *Public Health Communication: critical tools and strategies*².

1. Ejemplos de preguntas para preparar una evaluación antes de lanzar un material de comunicación (folleto, video, póster, tarjetas de redes sociales, etc.)

Comprobar la comprensión:

- En su opinión, ¿cuál es el mensaje de este (anuncio televisivo, anuncio radial, material impreso)?
- ¿Hay alguna palabra que le gustaría cambiar para que fuera más fácil de comprender? ¿Cuál?
- Por favor, explique este mensaje a su compañero o compañera con sus propias palabras.

Comprobar si el material es atractivo:

- ¿Qué es lo que más le gusta de este material?
- ¿Qué le disgusta?
- ¿Cómo lo modificaría?
- ¿Qué piensa que dirán otros miembros de esta comunidad sobre este material?

Comprobar la aceptación (en relación con las normas, actitudes y creencias de la audiencia objetivo):

- ¿Hay algo de este material que le parezca inaceptable?
- ¿Y qué ocurre con otras personas de esta comunidad, qué dirían ellas?
- (Señalar una parte concreta del material) ¿Lo encuentra creíble?
- ¿Se le ocurre alguna otra persona, como un líder religioso o importante en la comunidad a quien deberíamos mostrarle este material antes de distribuirlo?

¹ National Cancer Institute. *Making Health Communication Programs Work*. Washington, D. C.: The Institute; 2004. [Consultado el 6 de agosto del 2021]. Disponible en: <https://www.cancer.gov/publications/health-communication/pink-book.pdf>.

² Parvanta CF, Nelson DE, Harner RN. *Public Health Communication: critical tools and strategies*. Burlington: Jones & Bartlett Learning; 2018.

Comprobar el sentimiento de identificación

(la audiencia objetivo debe ser capaz de reconocerse en los materiales):

- ¿Piensa que este material está dirigido a usted? ¿Por qué sí y por qué no?
- Si no está hecho para usted, ¿a quién piensa que va dirigido?
- ¿Piensa que las personas de este material son personas como usted?

Llamado a la acción:

- ¿Qué le pide este material que haga?
- ¿Qué siente sobre esta acción?
- ¿Tendría que hacer algo más antes de realizar esta acción?

2. Ejemplos de preguntas para evaluar un anuncio de interés público (PSA) o anuncio radial

1. ¿Cuál de las siguientes opciones describiría su reacción general ante este anuncio?

- Le gustó mucho.
- Le parece correcto.
- No le gustó mucho.
- No le gustó en absoluto.
- No sabe o no contesta.

2. ¿Cuál es el mensaje principal de este anuncio?

3. ¿Le motiva este anuncio para hacer algo? Si su respuesta es afirmativa ¿qué le motiva a hacer? Si su respuesta es negativa ¿por qué no?

4. ¿Cuán probable piensa que sería que usted [ingrese el mensaje principal del material aquí (por ejemplo, compre antimicrobianos con prescripción o no comparta los antimicrobianos con otras personas, etcétera)]?

- Muy probable.
- Algo probable.
- No muy probable.
- No sabe o no contesta.

5. ¿Hay algún elemento del anuncio que le haya parecido confuso o difícil de entender?

- Ninguno.
- Confuso en general.
- El mensaje no es claro.
- Las palabras son difíciles de entender.
- Presenta demasiada información.
- El mensaje no tiene que ver conmigo.
- Otros.

3. Ejemplos de preguntas de evaluación para acciones relacionadas con la distribución y el uso de material educativo por parte de profesionales sanitarios (entregado en consultorios, hospitales, etc.)

¿Utilizó [nombre del material] en su práctica?

- Sí | No

Si su respuesta es "No", por favor, dé más detalles a continuación:

¿En qué contexto utilizó [nombre del material]? (marque todas las opciones que correspondan):

- Consultorio.
- Sala de exploración.
- Enfermería.
- Recepción o sala de espera.
- Sala de recursos educativos.
- Otros:

¿Fue [nombre del material]

- fácil de usar? Sí | No
- de una extensión adecuada? Sí | No
- útil para discutir el uso de antimicrobianos con sus pacientes? Sí | No
- completo? (no se necesitó información adicional) Sí | No
- comprensible? (¿Pudieron entender los pacientes la información proporcionada?) Sí | No

Si respondió "No" a alguna de las preguntas, dé más detalles a continuación:

¿Recomendaría este [nombre del material] a otras personas?

- Sí | No

APÉNDICE G

EJEMPLO DE EVALUACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

A continuación se presenta una plantilla de ejemplo para evaluar una estrategia de comunicación sobre resistencia a los antimicrobianos. También puede usarse para evaluar cualquiera de las intervenciones, después de realizar las modificaciones pertinentes.

MODELO DE EVALUACIÓN PARA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

País: _____

Evaluación realizada por: _____

Departamento o área de trabajo: _____

¿Desarrolló su organización o su oficina alguna de las estrategias o actividades propuestas en este manual de comunicación?

Sí | No

Si la respuesta es afirmativa, por favor, detalle a continuación las actividades realizadas. Enumere las **actividades clave** que organizó e incluya a la audiencia objetivo (por ejemplo, padres, adolescentes, profesionales sanitarios o estudiantes, medios de comunicación), los asociados clave involucrados y los compromisos:

INTERVENCIONES O ACTIVIDADES	AUDIENCIA OBJETIVO	INDICADORES O RESULTADOS (Núm. de participantes, materiales entregados, presentaciones realizadas, etc.)	ASOCIADOS CLAVE INVOLUCRADOS Y COMPROMISOS	COMENTARIOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	SÍ NO	INDICADORES	RESULTADOS	COMENTARIOS
¿Preparó usted un comunicado de prensa? <i>Incluya el enlace en los comentarios.</i>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Núm. de contactos en la lista de medios		
¿Condujo o participó en una conferencia de prensa? <i>Dé más detalles en los comentarios.</i>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Núm. de periodistas que participaron presencial o virtualmente		
¿Preparó usted un anuncio de TV o anuncio radial?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Núm. de anuncios radiales emitidos Núm. de PSA emitidos en televisión		
¿Creó usted una lista de correo electrónico?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Núm. de receptores		
¿Incluyó anuncios en carteleras, cines, transporte público? <i>Especifique dónde y proporcione más información en los comentarios.</i>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Núm. de anuncios		
¿Participó de la Campaña Mundial de Concientización sobre el Uso de Antimicrobianos u organizó una campaña pública?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Núm. de infografías utilizadas Núm. de pósters distribuidos Núm. de visitas o descargas de material en su sitio web Núm. de visualizaciones de los videos <i>Puede agregar o sugerir otros indicadores de acuerdo con los materiales que utilizó</i>		

REDES SOCIALES	SÍ NO	INDICADORES	RESULTADOS	COMENTARIOS
<p>¿Utilizó Twitter?</p> <p><i>Por favor, incluya detalles de la publicación más importante (más popular) en la columna de comentarios y un enlace a ella.</i></p>	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Número de tuits Número de retuits Número de “me gusta” Número de menciones		
<p>¿Utilizó Facebook?</p> <p><i>Por favor, incluya detalles de la publicación más importante en la columna de comentarios y un enlace a ella.</i></p>	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Número de publicaciones Número de “me gusta” Número de veces compartido		
<p>¿Utilizó YouTube?</p> <p><i>Por favor, incluya detalles de la publicación más importante en la columna de comentarios y un enlace a ella.</i></p>	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Número de videos Número de visitas Número de veces compartido		
<p>¿Utilizó Instagram?</p> <p><i>Por favor, incluya detalles de la publicación más importante en la columna de comentarios y un enlace a ella.</i></p>	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Número de publicaciones Número de “me gusta” Número de <i>regrams</i>		
<p>¿Utilizó una etiqueta? Si lo hizo, ¿cuál?</p>	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	¿Qué número...?		
<p>Otras plataformas de interés en redes sociales, por ejemplo WhatsApp, LinkedIn, TikTok?</p> <p><i>Por favor, incluya detalles de la publicación más importante en la columna de comentarios y un enlace a ella.</i></p>	SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			

LECCIONES APRENDIDAS

Enumere tres ítems sobre el desarrollo y la implementación de la estrategia que hayan funcionado bien:

1.

2.

3.

Enumere tres ítems sobre el desarrollo y la implementación de las actividades o intervenciones que podrían mejorarse:

1.

2.

3.

Por favor, indique cualquier recomendación que le parezca conveniente:

1.

2.

3.

¿Desea añadir algún otro comentario?

La adquisición de antimicrobianos sin prescripción es una preocupación a nivel mundial. Esta práctica está prosperando en países que carecen de la legislación adecuada o en los que no se aplican las reglamentaciones correctamente.

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) y los Estados Miembros de la Región de las Américas aprobaron el *Plan de acción sobre resistencia a los antimicrobianos*, que reconoce la resistencia a los antimicrobianos como una amenaza para la salud pública mundial que requiere una respuesta multisectorial.

Para combatir la resistencia a los antimicrobianos, es necesario un cambio de comportamiento a nivel mundial sobre la forma en que se utilizan y se adquieren. Para abordar el uso indiscriminado de antimicrobianos y su prescripción excesiva, y aplicar la reglamentación sobre prescripción y prácticas de adquisición, se requieren enfoques nacionales.

En este contexto, el objetivo del presente manual de comunicación es apoyar a los profesionales de la comunicación y oficiales a cargo de programas de salud a elaborar estrategias para concientizar y promover la importancia del uso adecuado de antimicrobianos entre las diferentes partes interesadas; concientizar al público sobre la importancia de la adquisición de antimicrobianos con prescripción para lograr la colaboración multisectorial para el cumplimiento de las disposiciones legales y las reglamentaciones sobre este tema, y promover un cambio de comportamiento sobre el uso y la adquisición adecuados de antimicrobianos de todas las partes involucradas.

Las audiencias a las que se dirige el manual son la población general (incluidos cuidadores y madres y padres, adolescentes, niñas y niños), los profesionales de la salud (incluidos farmacéuticos y personal de farmacia) y diferentes partes interesadas (funcionarios oficiales, sociedades profesionales, organizaciones médicas, el sector privado, líderes locales, personas influyentes para el sector salud, etcétera).

www.paho.org/es

OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS
Américas

