

Respuesta a la emergencia del COVID-19

Nota orientativa de UNICEF sobre la programación en materia de higiene

Entender la promoción de la higiene en el contexto del brote de COVID-19

Esta nota brinda orientación sobre los aspectos que deben tenerse en cuenta al planificar y poner en práctica una campaña de promoción de la higiene en el contexto de una estrategia más amplia de comunicación referida a los riesgos existentes y la movilización de la comunidad. El propósito no es ofrecer orientación exhaustiva sobre el diseño de campañas para la modificación de comportamientos, sino presentar una serie de consideraciones y preguntas en las que es importante pensar cuando se apliquen intervenciones para el cambio de comportamiento junto con los gobiernos locales y los colegas de CD4, en el contexto del COVID-19. El contenido de esta nota se basa en las enseñanzas extraídas de anteriores emergencias de salud pública y de la programación general acerca de las deficiencias en materia de promoción de la higiene

Este documento va dirigido a los oficiales de WASH y C4D de las oficinas de país que colaboran en las intervenciones de preparación y respuesta al brote de Covid-19. El grado en que los oficiales de WASH y C4D de UNICEF participan en las actividades de promoción de la higiene será distinto en cada país, dependiendo: (1) de la presencia de colegas de C4D y WASH de UNICEF y de sus capacidades; (2) de la fortaleza de los sistemas gubernamentales, en especial, de que existan cauces, campañas y actividades de promoción de ámbito nacional (por ejemplo, promoción nacional de la salud, la nutrición o la educación). En todas las situaciones, los oficiales de WASH de UNICEF aportarán conocimientos técnicos relacionados con el diseño, la puesta en práctica y el monitoreo de actividades de promoción de la higiene a fin de asegurar que los comportamientos promovidos aborden adecuadamente las necesidades en materia de higiene.

Si precisa información sobre la programación para prevenir y controlar las infecciones en las [escuelas](#) y en los [establecimientos de atención de la salud](#) en el contexto del Covid-19, haga clic en los enlaces (WASH COVID-19 folder on EMOPS Sharepoint).

Lo que es fundamental saber:

En síntesis, lo que los profesionales de promoción de la higiene deben saber es que existen **dos vías principales de transmisión** del COVID-19: **la vía espiratoria y la vía de contacto.**

Al toser o estornudar, las personas infectadas expelen unas microgotas respiratorias. Estas microgotas también pueden posarse sobre superficies donde el virus podría permanecer viable, convirtiendo el entorno inmediato de la persona infectada en un foco de transmisión (transmisión por contacto)¹. El riesgo de contraer el COVID-19 por contacto con las heces de una persona infectada es, al parecer, reducido.

¹ El tiempo que el virus permanece viable depende de la temperatura y el tipo de superficie. Las estimaciones realizadas a partir de las pruebas presentan variaciones enormes.

Recursos que es importante consultar:

Informe técnico conjunto de la OMS y UNICEF (EN):

<https://www.who.int/publications-detail/water-sanitation-hygiene-and-waste-management-for-covid-19>

Páginas de orientación técnica de la OMS sobre prevención y control de las infecciones (EN):

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/infection-prevention-and-control>

<https://www.who.int/infection-prevention/publications/en/>

Formación es español, en línea sobre la PCI, revisada por la OMS:

<https://openwho.org/courses/COVID-19-PCI-ES>

Intervenciones iniciales – Evaluar los datos existentes y los mecanismos de coordinación

- **Hacer un examen de los cauces, las campañas y las actividades nacionales de promoción de la salud y la higiene** (por ejemplo, actividades sobre salud e higiene menstrual en las escuelas, programas de WASH en establecimientos de atención de salud, campañas de promoción de la nutrición/educación, etc.). Estos son los primeros puntos de entrada. Examine también las iniciativas de promoción del lavado de las manos que se incluyen en los programas de WASH en las escuelas, como [el enfoque Tres Estrellas](#), [Levantar las manos limpias](#) y otras campañas específicas.
- **Analizar la capacidad interna en materia de C4D e higiene**, y coordinar las actividades con los colegas de C4D. Si dentro de UNICEF y en el gobierno hay una gran capacidad en materia de C4D, los oficiales de WASH pueden aportar principalmente conocimientos de índole técnica. Si el personal de WASH posee una amplia capacidad y experiencia en programación sobre higiene, o si la capacidad en materia de C4D es inferior, el equipo de WASH deberá implicarse más en la planificación y puesta en práctica de la promoción de la higiene. Comuníquese con los colegas de la sección de salud y de C4D, y asista a las reuniones sobre el coronavirus que se celebren a escala de las oficinas de país o de las oficinas regionales.
- **Examine la capacidad de los aliados en la ejecución y de los aliados del sector privado** en lo que concierne al abastecimiento de suministros de higiene y a la comunicación para el cambio de comportamientos. Determine el alcance de sus actuaciones y los grupos destinatarios, prestando atención a eventuales deficiencias importantes.
- **Localice los mecanismos de coordinación gubernamentales o interinstitucionales** relacionados con la promoción de la higiene en emergencias de salud, y examine las deficiencias que pueda haber en los mismos a nivel nacional y subnacional, regional y local:
 - ¿Existen mecanismos de coordinación gubernamental?
 - ¿Incluyen esos mecanismos a personas/organizaciones relacionadas con la promoción de la higiene en el nivel adecuado?
 - ¿Llega el ámbito de actuación de estos mecanismos al nivel subnacional, en especial al ámbito comunitario?
- **Reúna materiales existentes de promoción de la higiene** y recursos que sean adecuados para el país (que se adapten a la cultura, al idioma local, etc.); y verifique que estos materiales se ajustan a las exigencias que se derivan del Covid-19 (véanse más arriba las vías principales de transmisión). Comparta estos materiales con los colegas de C4D, y comenten la retroalimentación y las lecciones aprendidas.

- **Analice los datos concretos sobre el país** (MICS, EDS, CAP) con relación a las prácticas de higiene y a los factores de comportamiento que las motivan; examine asimismo **las enseñanzas derivadas de otras actividades de promoción de la higiene** practicadas anteriormente, sobre todo en situaciones de emergencia.

Acciones clave – Defina los comportamientos que se busca promover y las intervenciones adecuadas

Determinar los comportamientos que es preciso promover para evitar el Covid-19, el **público** al que se destinará la iniciativa y los **entornos** donde se van a practicar y a promover los comportamientos (en el hogar, en los espacios públicos como el lugar de trabajo, en lugares de culto, en el transporte público, etc.). Las estrategias para promover una misma conducta pueden variar en función de cuál sea el entorno. Los comportamientos deseables pueden ser los siguientes:

- Lavarse las manos con agua y jabón, o con una solución de cloro (0,05%) o un desinfectante a base de alcohol en los momentos críticos, sobre todo después de toser o estornudar, después de visitar un espacio público (transporte público, lugares de culto, etc.), o después de tocar superficies en el exterior del hogar (asumiendo que no haya personas enfermas en el interior)².
- Abstenerse de tocarse la cara (la boca, la nariz y los ojos).
- Al estornudar o toser, cubrirse la nariz y la boca (protocolo al toser).
- Poner en práctica el distanciamiento social, evitando dar la mano, abrazar o besar a otras personas, así como compartir alimentos, cubiertos, vasos y toallas.
- Limpiar las superficies que puedan haber estado en contacto con el virus, y en general aumentar la frecuencia con que se limpian las superficies, sobre todo en los espacios públicos.

Nota: Esta lista no es exhaustiva ni se pretende con ella establecer la prioridad de los comportamientos. Se trata de una relación de acciones que son importantes para prevenir el contagio del Covid-19. El comportamiento o la serie de comportamientos que se deben promover dependerán de cuál sea el contexto del país.

Determinar las intervenciones adecuadas. Basándose en el examen de las **pruebas sobre los obstáculos** que impiden la práctica del comportamiento, en el estudio de los **cauces de comunicación** eficaces, en la **valoración de los riesgos** para la salud pública, y en el análisis de las **experiencias anteriores**, elija en consulta con el gobierno y los aliados la combinación de intervenciones que sea más adecuada en su contexto, así como los grupos de población destinatarios y los entornos donde se practicarán los comportamientos. Compruebe que estas intervenciones son acordes con las directrices mundiales emitidas por la OMS y otros organismos, con las orientaciones nacionales y con las intervenciones de otros agentes que operan en el país, a fin de evitar la confusión y los mensajes contradictorios. Estas son, a título de ejemplo, algunas intervenciones posibles:

- *Promover el lavado de las manos abordando los principales factores que propician este comportamiento*
- *Promover el protocolo al toser y estornudar*
- *Promover otras formas de saludar a los demás practicando el distanciamiento social*
- *Promover la limpieza de las superficies*

² En la actualidad no existen pruebas sobre la eficacia de lavarse las manos con ceniza en relación con el Covid-19. En general, lavarse las manos con ceniza conlleva un riesgo de contraer patógenos del suelo y de exponernos a metales pesados. Por lo tanto, es preferible lavarse las manos con jabón a usar cenizas, aunque esta opción puede promoverse como último recurso.

- *Proveer agua en cantidades adecuadas para facilitar las prácticas de higiene*
- *Proveer infraestructuras y suministros para lavarse las manos en el hogar y en los lugares públicos.*

Nota: En la tabla que figura más adelante hallará más información sobre aspectos que deben tomarse en cuenta al formular un programa para el cambio de comportamiento. Esta tabla explica cómo incorporar la información sobre el comportamiento en una programación que promueva la higiene; la intención es que sirva de apoyo a los oficiales de WASH en la gestión de las conversaciones con los colegas de C4D y los gobiernos, a fin de asegurar que las actividades de promoción de la higiene abordan las vías de contaminación de manera adecuada y eficaz.

Poner en práctica actividades para promover la higiene aprovechando las actividades de participación comunitaria existentes (de higiene, salud, educación y promoción de la nutrición), y en coordinación con el personal de C4D. A la hora de determinar el grado de implicación de los oficiales de WASH en la puesta en práctica de las estas actividades, se tendrá en cuenta la capacidad de otros agentes que actúan en el país y se coordinará con ellos. El sector privado desempeña un papel importante papel en lo que se refiere a proveer productos de higiene; pero también en lo tocante a diseminar mensajes relacionados con el uso de sus productos. Si precisa orientación sobre la puesta en marcha de actividades de promoción de la higiene, consulte la [Guía práctica sobre comunicación para el cambio de comportamientos en las situaciones de emergencia](#) y el Ciclo de planificación participativa en materia de C4D.

Incluir el monitoreo de los productos y resultados, así como un ciclo veloz de retroalimentación que permita adaptar las actividades del programa con arreglo a la retroinformación recibida de los responsables de la puesta en práctica y de la población destinataria. Es responsabilidad de los oficiales de WASH comprobar que los ajustes que se realizan en las actividades promueven comportamientos de higiene adecuados para interceptar las vías de transmisión. Si precisa orientación sobre el monitoreo del **cambio de los comportamientos** en relación con el lavado de las manos, consulte el [Módulo de promoción, evaluación y monitoreo del lavado de las manos](#) de UNICEF (págs. 81 a 110). Además del monitoreo habitual de los indicadores, se recomienda a los oficiales de WASH que instauren mecanismos ágiles de retroalimentación –como las reuniones de retroinformación semanales con los encargados de la ejecución– a fin de mantenerse informados de la puesta en práctica sobre el terreno.

Recursos – A continuación, figura una colección de recursos que pueden ser útiles, en especial recursos de la OMS y UNICEF y otros materiales no oficiales que pueden servir de orientación e inspiración.

Orientación técnica oficial de la OMS (ES) [Orientación de la OMS sobre la higiene de las manos](#), incluye una lista completa de herramientas de [monitoreo y retroalimentación](#), y metrajes y diapositivas didácticas sobre higiene de las manos

Orientación técnica oficial del CDC (ES) <https://www.cdc.gov/handwashing/esp/resources.html>, incluye una serie de recursos que lo ayudarán a aprender más sobre cómo mantener las manos limpias y prevenir enfermedades

Plataformas de recopilación de recursos (EN) [Sitio de intranet de C4D](#) de UNICEF (Internet of Good Things)
[Plataforma de recopilación de enlaces a todas las pruebas](#) (análisis sistemáticos, directrices, artículos de prensa, recursos en otros idiomas), de

Evidence Aid

Orientación sobre programación y monitoreo de UNICEF (EN)	Guía práctica de UNICEF sobre comunicación para el cambio de comportamientos en las situaciones de emergencia Módulo de promoción, monitoreo y evaluación del lavado de las manos, UNICEF
Otros (EN)	<p>Enseñanzas extraídas de las actividades de promoción de la higiene que se aplicaron en 2013-2014 con motivo del brote de ébola (aquí y aquí)</p> <p>Información científica sobre comportamientos en relación con la higiene de las manos durante el brote de Covid-19, que incluye una ilustración acerca de los posibles factores que facilitan o dificultan el lavado de las manos</p> <p>Ilustraciones para los niños que ofrecen información y consejos sobre comportamientos en materia de higiene basados en las orientaciones de la OMS (aunque que no sea útil para fines de comunicación masiva, sí es útil en entornos privados; por ejemplo, los empleados de UNICEF pueden emplearlas en casa para conversar con sus hijos).</p>

Consideración general sobre la planificación de campañas para el cambio de comportamientos

Las recomendaciones que figuran a continuación se basan en los estudios sobre el comportamiento. Pese a la abundancia de investigaciones, no existe una receta mágica de campañas para el cambio de comportamiento, y las campañas más exitosas han pasado por muchos procesos de ensayo y error. El propósito de las consideraciones siguientes es prestar apoyo a los oficiales de WASH para que puedan mantener conversaciones fundamentadas con los colegas de C4D, los aliados y las contrapartes del gobierno.

Recomendación

Céntrese en el/los resultado(s) que desea, no en el/los comportamiento(s). Como sucede con casi todo en la vida, suele haber **más de un comportamiento que nos puede conducir a lograr el resultado deseado.** Por ejemplo, lavarse las manos con jabón, con desinfectantes a base de alcohol o con una solución de cloro son tres conductas con las que se puede lograr que las manos estén limpias. De igual modo, contar hasta veinte, cantar una canción o hacer un pequeño baile son conductas con las que se puede lograr que las personas se laven las manos durante más tiempo.

Recuerde: Que es mucho más fácil promover comportamientos puntuales (por ejemplo, la compra e instalación de un lavamanos) que los comportamientos que deben practicarse con frecuencia (como lavarse las manos con jabón en los momentos decisivos).

Acción

Determine todos los posibles comportamientos que pueden conducir al resultado que desea. Ordénelos según la probabilidad de que la población destinataria los adopte. Intente promover el primer comportamiento. Si no obtiene resultados, pruebe con el segundo.

Basándose en los datos existentes, en el conocimiento y en las enseñanzas extraídas de la puesta en práctica de la actividad presente y de otras anteriores, profundice en las causas que propician el comportamiento que le interesa. Para ello puede servirse de los marcos sobre el cambio de comportamientos; pero como puede que esto sea un poco complicado, aplique mejor el siguiente triple planteamiento:

1. **Conocimiento:** ¿Sabe la población destinataria lo que debe hacer, y cuándo, cómo y por qué?
2. **Motivación:** ¿Se muestra la población destinataria favorable a practicar esta conducta? ¿Por qué o por qué no?
3. **Capacidad:** ¿Posee la población destinataria la capacidad física, económica y cognitiva para hacer lo que les pide?

Examine las encuestas CAP existentes y las enseñanzas derivadas de la puesta en práctica de actividades anteriores. Si detecta deficiencias de datos importantes, organice **grupos de reflexión** con el fin de debatir sobre los conocimientos, la motivación y la capacidad de la población para practicar la conducta que se pretende promover.

Escoja la emoción correcta que va a vincular con el comportamiento deseado. Es preciso que el comportamiento esté vinculado con una emoción intensa para que el cambio de comportamiento resulte eficaz. Elegir la emoción correcta no es fácil. En términos generales, puede ser una emoción positiva (promoción, orgullo) o una emoción negativa (evitación, temor). Una misma conducta se puede promover empleando emociones

Examine las enseñanzas derivadas de la puesta en práctica de actividades anteriores. Emplee las pruebas existentes y el conocimiento que posee de su contexto para determinar qué factores emocionales motivan a las personas a seguir adelante y cumplir con sus tareas cotidianas.

<p>positivas o negativas. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positivo: Si quieres cuidar a tu familia, lávate las manos. • Negativo: Lávate las manos, o perjudicarás a tu familia. <p>Para vincular una emoción a la conducta que quiere promover, proponga un vínculo entre la emoción y la conducta durante la ejecución de su campaña. Piense de manera original.</p>	
<p>Procure hallar un equilibrio entre los comportamientos óptimos y los comportamientos factibles. No permita que lo perfecto sea enemigo de lo bueno; pero tampoco simplifique tanto que se pierda el mensaje central. A veces unas instrucciones y una información sencillas pueden dar muy buen resultado. Basándose en su conocimiento de los factores que propician las conductas, elija un comportamiento que esté situado en un punto medio entre el comportamiento óptimo y el comportamiento mínimo.</p>	<p>Determine el comportamiento óptimo para lograr el resultado que desea. Luego determine cuál es el comportamiento mínimo que se precisa para alcanzar entre el 60% y el 80% del resultado que desea. Elija comportamientos que estén situados entre esos dos puntos.</p>
<p>Al diseñar su programa, prevea la posibilidad de fracasar y repetir. No hay respuestas correctas o incorrectas, y a veces un pequeño cambio significa una gran diferencia. La mayoría de las ideas con relación al cambio de comportamientos fallan, incluso si las diseñan los mejores científicos conductuales de todo el mundo. Así que no tenga miedo del fracaso; considérela más bien como una oportunidad para aprender. Prevea el fracaso y planifique en consecuencia, a fin de que no le cueste demasiado tiempo ni dinero. Mantenga vías de comunicación abiertas con los aliados en la ejecución y con las comunidades.</p>	<p>Incorpore en sus actividades un mecanismo de monitoreo, retroinformación y revisión, y esté preparado para repetir el programa hasta que encuentre el planteamiento idóneo.</p>