



# Estructura de comunicaciones de la meningitis

Esta estructura tiene como objetivo fundamentar las actividades de comunicación dentro de los planes nacionales de control de la meningitis y las estrategias de respuesta en caso de brotes. Sus objetivos están alineados con el pilar 5 de la Hoja de ruta global de la Organización Mundial de la Salud: Derrotar a la meningitis para 2030, y con los objetivos del Plan Estratégico Regional que busca acabar con la meningitis en 2030 en África. Las sugerencias para medir el éxito de las comunicaciones son genéricas y deben considerarse detenidamente en un contexto local. El Modelo de Factores de Conducta de UNICEF también puede ser un complemento útil para establecer objetivos y mediciones, entender el nivel básico de concienciación de los principales destinatarios y establecer objetivos específicos en función del contexto.



| Público objetivo                                   | Temas de la meningitis                                                                                                      | Canales                                                                                                | Tipos de material                                                                               | Objetivos de la comunicación                                                                                                  | Medida para evaluar la efectividad y el cambio en la conducta                                                        |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Población general</b>                           | Vacunación<br>Riesgos y prevención<br>Síntomas e indicios<br>Tratamiento<br>Impacto (concienciación)<br>Apoyo               | Páginas web<br>Radio<br>Televisión<br>Prensa/revistas<br>SMS<br>Redes sociales<br><b>Pregones</b>      | Sitio web<br>Cartel<br>SMS<br>Publicaciones en redes sociales<br>Guiones de radio<br>Vídeo      | Concienciar y mejorar las conductas en torno al cuidado de la salud<br><br>Lograr y mantener una alta cobertura de vacunación | Encuestas y sondeos<br>Métricas digitales*<br>Participación en redes sociales**<br>Índice de cobertura de vacunación |
| <b>Padres y tutores</b>                            | Vacunación<br>Riesgos y prevención<br>Síntomas e indicios<br>Tratamiento<br>Impacto (concienciación)<br>Apoyo               | Material impreso<br>Radio<br>Televisión<br>Prensa/revistas<br>SMS<br>Redes sociales                    | Cartel<br>Folleto<br>SMS<br>Publicaciones en redes sociales<br>Guiones de radio<br>Vídeo        | Concienciar y mejorar las conductas en torno al cuidado de la salud<br><br>Lograr y mantener una alta cobertura de vacunación | Encuestas y sondeos<br>Métricas digitales*<br>Participación en redes sociales*<br>Índice de cobertura de vacunación  |
| <b>Liderazgo religioso y de la comunidad local</b> | Vacunación<br>Riesgos y prevención<br>Síntomas e indicios<br>Tratamiento<br>Impacto (concienciación)<br>Apoyo<br>Vigilancia | Material impreso<br>Radio<br>Televisión<br>Redes sociales<br>Divulgación directa***<br><b>Pregones</b> | Folleto<br>Preguntas frecuentes<br>Publicaciones en redes sociales<br>Guiones de radio<br>Vídeo | Concienciar<br>Mantener una alta cobertura de vacunación<br><br>Involucrar y equipar a los promotores                         | Encuestas y sondeos<br>Métricas digitales*<br>Participación en redes sociales*<br>Participación en persona           |



| Público objetivo                               | Temas de la meningitis                                                                                                      | Canales                                                                          | Tipos de material                                                                               | Objetivos de la comunicación                                                                                                | Medida para evaluar la efectividad y el cambio en la conducta                                                                                                         |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Grupos sociales (como grupos de madres)</b> | Vacunación<br>Riesgos y prevención<br>Síntomas e indicios<br>Tratamiento<br>Impacto (concienciación)<br>Apoyo<br>Vigilancia | Material impreso<br>Radio<br>Televisión<br>Redes sociales<br>Divulgación directa | Folleto<br>Preguntas frecuentes<br>Publicaciones en redes sociales<br>Guiones de radio<br>Vídeo | Concienciar<br>Mantener una alta cobertura de vacunación<br>Involucrar y equipar a los promotores                           | Encuestas y sondeos<br>Métricas digitales*<br>Participación en redes sociales**<br>Participación en persona                                                           |
| <b>Gente joven (15 – 24 años)</b>              | Vacunación<br>Riesgos y prevención<br>Síntomas e indicios<br>Impacto (concienciación)                                       | Radio<br>Televisión<br>Prensa/revistas<br>SMS<br>Redes sociales                  | Cartel<br>SMS<br>Publicaciones en redes sociales<br>Guiones de radio<br>Vídeo                   | Concienciar y mejorar las conductas en torno al cuidado de la salud<br>Lograr y mantener una alta cobertura de vacunación   | Encuestas y sondeos<br>Métricas digitales*<br>Participación en redes sociales**<br>Cobertura de vacunación                                                            |
| <b>Responsables políticos****</b>              | Impacto (concienciación)<br>Vigilancia<br>Inversión                                                                         | Material impreso<br>Redes sociales<br>Divulgación directa                        | Folleto<br>Preguntas frecuentes<br>Publicaciones en redes sociales<br>Guiones de radio<br>Vídeo | Concienciar y mejorar las conductas en torno al cuidado de la salud<br>Fundamentar las estrategias<br>Aumentar la inversión | Inclusión de la meningitis en planes y políticas estratégicas<br>Dedicación de recursos a los programas de tratamiento de la meningitis, incluidas las comunicaciones |

\*Las métricas digitales incluyen visitas a la web, seguimiento del tiempo dedicado a una página o sitio web, clics en enlaces de correos electrónicos u otras comunicaciones electrónicas, tasas de visualización y tiempos de reproducción de vídeos, etc.

\*\*Me gusta, comentarios, número de veces que se guarda y se comparte.

\*\*\*Divulgación directa y personalizada mediante correo electrónico, publicaciones directas/etiquetadas en redes sociales o reuniones en persona. Se puede complementar la divulgación directa con las opciones disponibles en la lista de materiales propuestos.

\*\*\*\*Véanse las notas sobre «Inversión» en los mensajes clave (sección 3).

Se identificaron canales de comunicación adicionales durante un proceso informal de consulta con organizaciones involucradas en la implementación de la Hoja de ruta global. Aparecen señalados en negrita.