

Las intervenciones comunitarias son eficaces para promover cambios en las prácticas higiénicas, pero la sostenibilidad sigue siendo un desafío



Photo: Belgian Red Cross

Promover cambios de actitudes con respecto a la higiene y al saneamiento en una comunidad puede aumentar la práctica de lavarse las manos con jabón y el uso de letrinas

¿Cuál es el objetivo de esta revisión?

Esta revisión sistemática de Campbell estudia la eficacia de diversas iniciativas para promover cambios de conducta relacionados con el lavado de manos y el saneamiento y los factores que afectan su implementación en países de ingresos medios y bajos. La revisión resume evidencia obtenida de 42 evaluaciones de impacto y de 28 estudios cualitativos.

Las intervenciones comunitarias para promover el lavado de manos y diversas iniciativas de saneamiento parecen funcionar mejor que el marketing social, la divulgación de información por mensajes y las intervenciones basadas en la teoría psicosocial. Se estima que los programas que combinan medidas de higiene y de saneamiento generan mayor impacto que cada tarea por separado.

¿De qué se trata esta revisión?

Las enfermedades diarreicas son causas muy comunes de muerte en países de ingresos medios y bajos. Mejores medidas higiénicas y de saneamiento reducen la diarrea, pero adoptarlas sigue siendo un desafío.

La presente revisión evalúa la evidencia disponible con respecto a dos preguntas: (1) ¿cuán eficaces son los diversos programas para promover cambios de actitudes en cuanto a la higiene y al saneamiento?; (2) ¿qué factores influyen en la implementación de tales programas?

¿Qué estudios se incluyeron?

Cuarenta y dos estudios cuantitativos y estudios cualitativos cumplieron los criterios requeridos. Los estudios cuantitativos fueron desarrollados en países de ingresos medios y bajos de diversas partes del mundo, la mayoría en Asia meridional y el África subsahariana.

¿Cuáles son los principales resultados de la revisión?

Las intervenciones comunitarias que incluyen iniciativas de saneamiento pueden potenciar la práctica del lavado de manos con jabón, el uso de letrinas, la eliminación correcta de las heces y la erradicación progresiva del hábito de defecar al aire libre. El marketing social parece ser menos eficaz al respecto. El criterio aplicado muestra principalmente efectos en los resultados sobre saneamiento cuando las intervenciones lo combinan con el lavado de manos.

La información sobre saneamiento e higiene entregada por mensajes que buscan promover el hábito de lavarse las manos con jabón genera cierto efecto una vez acabada la intervención, pero el impacto es apenas marginal en cuanto a los resultados sobre saneamiento. Sin embargo, tales efectos no se sostienen en el largo plazo. El uso de



Photo: © Mirva Helenius / Belgian Red Cross

¿Cuán actual es esta revisión?

Los autores de esta revisión examinaron estudios publicados hasta marzo de 2016 y este trabajo fue publicado en mayo de 2017.

¿Qué es Campbell Collaboration?

Campbell Collaboration es una red de investigación internacional voluntaria y sin fines de lucro que publica revisiones sistemáticas. Su misión es evaluar y resumir la calidad de la evidencia disponible sobre programas en el campo de las ciencias sociales y conductuales, ayudando a las personas a optar mejor y a tomar decisiones debidamente informadas en políticas públicas.

Acerca del presente resumen

Este resumen fue preparado por Howard White sobre la base de la revisión sistemática de Campbell 2017:7 titulada *Approaches to Promote Handwashing and Sanitation Behaviour Change in Low- and Middle-income Countries: A Mixed Method Systematic Review* de Emmy De Buck, Hans Van Rempoortel, Karin Hannes, Thashlin Govender, Selvan Naidoo, Bert Avau, Axel Vande veegaete, Alfred Musekiwa, Vittoria Lutje, Margaret Cargo, Hans-Joachim Mosler, Philippe Vandekerckhove y Taryn Young (DOI 10.4073/csr.2017.7). La edición y el diseño gráfico estuvieron a cargo de Tanya Kristiansen de Campbell Collaboration. El organismo está particularmente agradecido del respaldo financiero recibido de American Institutes for Research para la publicación de este resumen. La traducción al español de esta revisión es cortesía del CAF - Banco de Desarrollo de América Latina.



elementos de la teoría psicosocial en intervenciones promocionales de lavado de manos a pequeña escala o sumar elementos basados en dicha teoría a un planteamiento promocional preexistente parece promisorio para fomentar el uso del jabón.

Ninguna de las propuestas descritas generó un efecto consistente en factores conductuales, tales como el conocimiento, las habilidades y la actitud. Tampoco se observaron efectos consistentes en la salud.

¿Qué factores afectan a la implementación?

En el caso de las intervenciones comunitarias, en su implementación influyen la participación de la comunidad, el entusiasmo demostrado por sus líderes, la existencia de un sentido de pertenencia, el hecho que el implementador forme parte de la comunidad, el género del implementador, la confianza en la iniciativa, las actividades que generan ingresos, una comunicación clara y el desarrollo de una cultura de implementación facilitada por la cooperación.

En lo que respecta a la entrega de información por medio de mensajes sobre higiene y saneamiento, estos deben ser concisos y culturalmente apropiados; además, se los debe complementar con instancias de enseñanza pasiva y recordatorios en las escuelas durante un período prolongado de tiempo y con la debida frecuencia. Entre las barreras que dificultan esta iniciativa se incluyen el analfabetismo y la falta de interés y de compromiso de la familia en el caso de intervenciones realizadas en las escuelas. Finalmente, en el área del marketing social, las principales dificultades se vinculan con los préstamos para las iniciativas de saneamiento: falta de información entregada a los fabricantes de letrinas sobre áreas a cubrir, plazos excesivamente largos para el procesamiento de los préstamos y préstamos que no llegan a los más pobres, entre otras.

¿Qué significan los resultados de esta revisión?

Las iniciativas promocionales que apuntan a lograr un cambio de actitud con respecto al saneamiento y al lavado de manos pueden ser eficaces en términos de fomentar el uso del jabón y la letrina, desechar de manera adecuada las heces y desalentar la práctica de defecación al aire libre. Una combinación de diversos elementos promocionales es probablemente la estrategia más efectiva. Detectar y gestionar las barreras y los facilitadores que influyen en la implementación de estas iniciativas promocionales puede aumentar su eficacia.

Una consecuencia importante para futuras investigaciones es que existe la necesidad de un método más uniforme de medición y de entrega de información sobre lavado de manos, uso de letrinas, eliminación adecuada de heces y defecación al aire libre.