

# Día Mundial de la Audición 2021

e

## Informe mundial sobre la audición

---



**Cuidado de la audición para todos**

**Examinar. Rehabilitar. Comunicar.**

***Herramientas de comunicación***



**World Health  
Organization**

WHO/UCN/NCD/SDR 20.11

© Organización Mundial de la Salud 2020 Algunos derechos reservados. Esta obra está disponible bajo la licencia [CC BY-NC-SA 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/).

Organización Mundial de la Salud

whf@who.int

Para obtener más detalles, consulte: <https://www.who.int/health-topics/hearing-loss>

# ÍNDICE

Agradecimientos .....	5
I. Introducción .....	6
II. Día Mundial de la Audición 2021 .....	7
A. Objetivos, metas y mensajes de comunicación .....	7
B. ¿Cómo puede usted ayudar? .....	8
III. Informe mundial sobre la audición.....	8
A. Fundamentos .....	8
B. Finalidad .....	9
C. Mensajes de comunicación .....	10
D. ¿Cómo puede usted ayudar? .....	10
IV. Preparación .....	11
01 Forme su equipo .....	11
02 Establezca sus objetivos .....	12
03 Defina quiénes son los destinatarios principales .....	13
04 Determine cuáles serán las actividades para llegar a los destinatarios prioritarios y personalizar los mensajes.....	15
05 Elabore un plan general y un cronograma de ejecución .....	17
V. Formatos sugeridos para las actividades de política y promoción.....	20
A. Seminario con discursos formales y presentaciones.....	21
B. Consulta con las partes interesadas o diálogo sobre políticas (sala de situación abierta) 22	
C. Sesiones de conferencia.....	24
D. Conferencias de prensa.....	25
E. Visitas presenciales .....	26
F. Presentación con mesa redonda .....	27
G. Webinar o transmisión web.....	28
H. <b>Reunión personal</b> .....	28

I.	Declaración de apoyo.....	29
VI.	Puntos a tener en cuenta al prepararse para una interacción con responsables políticos	30
VII.	Uso de los medios de comunicación para generar conciencia.....	31
VIII.	Materiales de difusión del Día Mundial de la Audición y el <i>Informe mundial sobre la Audición</i> .....	33
IX.	Promoción .....	34
A.	Promoción de su evento .....	34
B.	Actividades dirigidas por la OMS para apoyar y promover el Día Mundial de la Audición y el <i>Informe mundial sobre la audición</i> .....	36
X.	Evaluación .....	38
XI.	Planificación y ejecución .....	40
XII.	Anexos .....	41
1.	Modelo de carta de invitación a un responsable político o líder para que participe en un evento.....	42
2.	Modelo de declaración de apoyo al objetivo “Cuidado de la audición para todos” .....	43
3.	Consentimiento para fotos.....	44
4.	Especificaciones para fotos y videos .....	45

# AGRADECIMIENTOS

Este documento fue preparado para la Organización Mundial de la Salud por Paige Stringer, con aportes de Elena Altieri, Shelly Chadha, Alarcos Cieza, Matt Howick y Karen Reyes.

# INTRODUCCIÓN

**El Día Mundial de la Audición es un evento anual de promoción mundial y la campaña de concienciación más grande que llama a la acción para atender la pérdida auditiva y los problemas relacionados.** Se celebra el 3 de marzo con el objetivo de crear conciencia sobre la pérdida auditiva y promover el cuidado del oído y la audición (COA) a nivel comunitario y nacional en todo el mundo. Cada año la jornada tiene un tema específico y, para reflejarlo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y sus socios llevan a cabo diversas actividades.

El tema del **Día Mundial de la Audición 2021** es:

## **Cuidado de la audición para TODOS**

**Examinar. Rehabilitar. Comunicar.**

En el Día Mundial de la Audición 2021 se hará público el primer *Informe mundial sobre la audición*, que está destinado a impulsar acciones políticas para la integración del COA en las políticas nacionales de salud.

Tanto el Día Mundial de la Audición como la difusión del *Informe mundial sobre la audición* brindan grandes oportunidades para crear conciencia y generar acciones sobre el cuidado del oído y la audición en todo el mundo.

Se prevé que más de 500 eventos, entre ellos diálogos sobre políticas y actividades de sensibilización comunitaria, se lleven a cabo en países de todo el mundo con la participación de numerosas partes interesadas y socios. Para facilitar el intercambio de todos los eventos regionales, nacionales y subnacionales, se organizará un “auditón” de 24 horas a través de las redes sociales. Y para marcar el inicio de las actividades del *Informe mundial sobre la audición*, la OMS planea organizar una mesa redonda sobre sus mensajes clave.

Mediante este conjunto de herramientas, la OMS proporciona:

- una descripción general de los objetivos de comunicación clave para el Día Mundial de la Audición 2021;
- orientación sobre los tipos de eventos que se pueden planificar; y
- herramientas prácticas para usar antes y durante las actividades del Día Mundial de la Audición.

La OMS invita a todas las partes interesadas en el campo del cuidado del oído y la audición, es decir, asociaciones profesionales, organizaciones no gubernamentales (ONG), grupos de usuarios y empresas privadas, a unirse a esta iniciativa de promoción mundial para realizar la campaña del Día Mundial de la Audición 2021 y difundir el *Informe mundial sobre la audición*.

## DÍA MUNDIAL DE LA AUDICIÓN 2021

### OBJETIVOS, METAS Y MENSAJES DE COMUNICACIÓN

El Día Mundial de la Audición 2021 tiene un doble propósito:

1. Presentar el *Informe mundial sobre la audición* a nivel mundial y estimular la acción política para el COA en los países mediante la implementación de las recomendaciones del informe.
2. Crear conciencia sobre el COA a nivel comunitario en todo el mundo.

Los **grupos destinatarios** incluyen:

1. **Entidades o responsables políticos** que pueden afectar directamente la integración de las intervenciones recomendadas de COA en los planes y programas nacionales de salud, tales como:
  - a. Ministerios gubernamentales
  - b. Responsables políticos dentro de los gobiernos y los organismos de salud pública
  - c. Fundaciones y ONG que trabajan en el ámbito del envejecimiento
  - d. Fundaciones y ONG que trabajan en el ámbito de la infancia
  - e. ONG que trabajan en el ámbito de la salud mundial
2. **Público en general**, incluidas las personas que:
  - a. están en riesgo de sufrir pérdida auditiva y enfermedades del oído
  - b. tienen pérdida auditiva no detectada o no atendida
  - c. tienen enfermedades del oído
  - d. son familiares de personas con pérdida auditiva o enfermedades del oído.

Los **mensajes clave** que queremos transmitir en el Día Mundial de la Audición 2021 son:

#### Para los responsables políticos:

- La cantidad de personas que viven con pérdida auditiva y enfermedades del oído no atendidas es inaceptable.
- Se necesitan acciones oportunas para prevenir y atender la deficiencia auditiva a lo largo de la vida.
- Invertir en intervenciones costo-efectivas beneficiará a las personas con pérdida auditiva y aportará beneficios económicos a la sociedad.

- Los gobiernos deben actuar para integrar el COA centrado en la persona en los planes nacionales de salud, a fin de lograr la cobertura sanitaria universal.

#### Para el público en general:

- La buena audición y la comunicación son importantes en todas las etapas de la vida.
- La pérdida auditiva (y las enfermedades del oído relacionadas) se puede evitar mediante acciones preventivas como la protección contra los sonidos fuertes, las buenas prácticas de cuidado del oído y la vacunación.
- La pérdida auditiva (y las enfermedades del oído relacionadas) se puede atender cuando se detecta de manera oportuna y se busca la atención adecuada.
- Las personas que están en riesgo de padecer pérdida auditiva deben hacerse un examen auditivo con regularidad.
- Las personas que sufren pérdida auditiva (o enfermedades del oído relacionadas) deben hacerse atender por un proveedor de atención médica.

## ¿CÓMO PUEDE USTED AYUDAR?

Usted puede ayudar a hacer que los mensajes clave lleguen a los grupos destinatarios, es decir, los responsables políticos o el público en general. Para ello, puede **crear y llevar a cabo actividades de campaña a nivel local y nacional y difundir esta actividad en el escenario global**, utilizando estas Herramientas como guía.

# INFORME MUNDIAL SOBRE LA AUDICIÓN

## FUNDAMENTOS

Reconociendo que la prevalencia mundial de la pérdida auditiva está en aumento y que el impacto de la pérdida auditiva no atendida en la sociedad es considerable, la Asamblea Mundial de la Salud aprobó una resolución (WHA70.13) en 2017 en la que instó a sus Estados Miembros a incluir la atención otológica y audiológica en sus planes nacionales de salud. Asimismo, encomendó a la OMS la tarea de proporcionar datos e instrumentos para ayudar a los Estados Miembros a lograr ese objetivo.

En respuesta, la OMS ha elaborado el *Informe mundial sobre la audición*, que ofrece un relato coherente sobre:

- ¿POR QUÉ es importante el cuidado del oído y la audición?
- ¿QUÉ es el cuidado del oído y la audición?



- ¿CÓMO pueden los países integrar el cuidado del oído y la audición de manera accesible en los planes nacionales de salud para lograr la cobertura sanitaria universal?

## FINALIDAD

El *Informe mundial sobre la audición* se ha elaborado con la finalidad principal **de proporcionar una guía basada en la evidencia que impulse acciones políticas para la integración del cuidado del oído y la audición en las políticas nacionales de salud, como parte de la cobertura sanitaria universal.**

## MENSAJES DE COMUNICACIÓN

A través del *Informe mundial sobre la audición*, la OMS quiere sensibilizar a los responsables políticos sobre la importancia del sentido de la audición en todas las etapas de la vida, desde la cuna hasta la tumba. La buena audición y comunicación es clave para nuestras interacciones sociales y actividades educativas, así como para nuestro potencial de empleo y bienestar general. La atención preventiva y las intervenciones oportunas para el COA ya están disponibles y su implementación puede beneficiar a los países con una reducción de costos sustancial. Para que sean conocidas y accesibles para todos, esas intervenciones y atención deben integrarse en los planes y programas nacionales de salud.

El eslogan para la difusión del informe es **Cuidado de la audición para todos**, que engloba todas estas ideas. Dentro de la campaña **Cuidado de la audición para todos** hay **cuatro mensajes clave** que se detallan claramente en el texto del informe:

- 01** La cantidad de personas que viven con pérdida auditiva y enfermedades del oído no atendidas es inaceptable.
- 02** Se necesitan acciones oportunas para prevenir y atender la pérdida auditiva a lo largo de la vida.
- 03** Invertir en intervenciones de salud pública costo-efectivas beneficiará a las personas con pérdida auditiva y aportará beneficios económicos a la sociedad.
- 04** Los países deben actuar para integrar el cuidado del oído y la audición centrado en la persona en los planes nacionales de salud, a fin de lograr la cobertura sanitaria universal.

## ¿CÓMO PUEDE USTED AYUDAR?

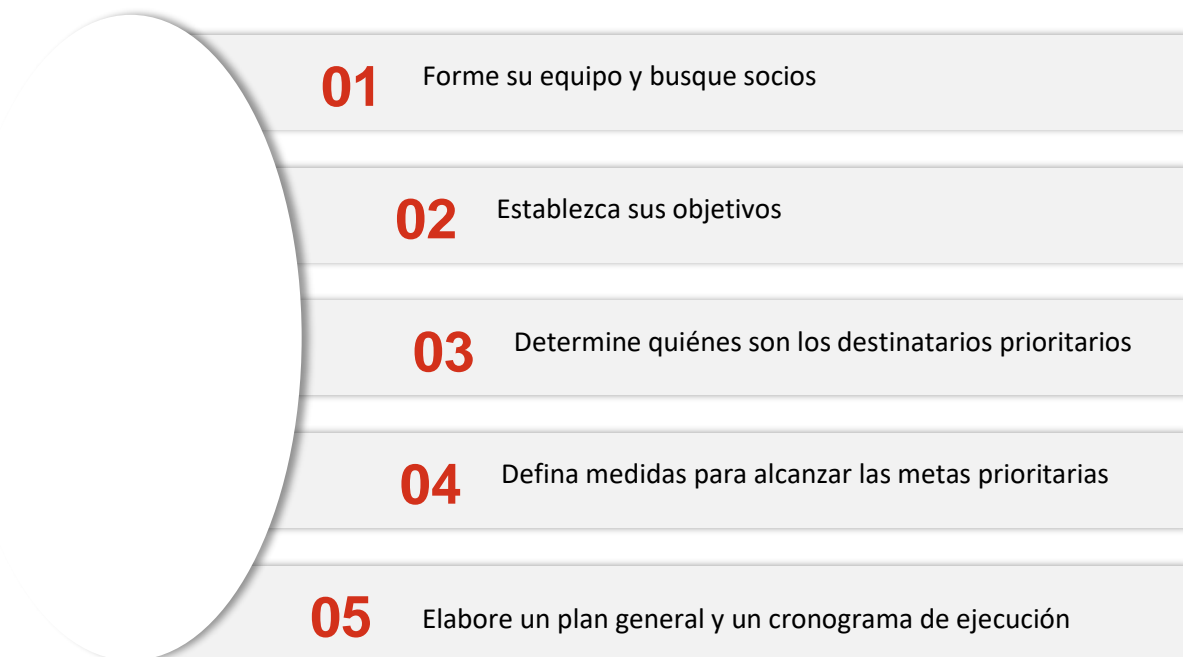
Se prevé que el *Informe mundial sobre la audición* se haga público en el Día Mundial de la Audición, es decir, el 3 de marzo de 2021. Será una gran oportunidad para interactuar con los responsables políticos y poner el foco en las conclusiones y el llamado a la acción del informe.

**Usted puede ayudar a implicar, reunir y movilizar a las partes interesadas para crear y llevar a cabo actividades y eventos de promoción que involucren a los responsables políticos e influyan en ellos y en las políticas nacionales.**

Estas Herramientas proporcionan orientación e instrumentos para difundir el informe y crear y llevar a cabo eventos que apoyen este proceso.

# PREPARACIÓN

A continuación se muestra un ejemplo de flujo de proceso de cómo los influenciadores pueden utilizar la oportunidad y las herramientas de comunicación disponibles para promover el conocimiento del COA e impulsar medidas de política.



## 01 FORME SU EQUIPO

El equipo de campaña suele estar formado por dos grupos principales:

- un equipo central dirigido por quienes participan en la creación de las actividades de la campaña
- el equipo de implementación

El **equipo central** debería incluir un líder, un experto en COA y un experto en marketing y comunicación, en lo posible.

El **equipo de implementación** debería incluir representantes de la entidad organizadora, como también de las comunidades y del público al que se intenta llegar.

Considere asociarse con organizaciones, departamentos, ONG y gobiernos afines para maximizar el alcance de los mensajes del Día Mundial de la Audición. Busque organizaciones que tengan intereses en ámbitos relacionados, como la educación, el trabajo, la salud de los adultos mayores y la salud maternoinfantil.

Reúna a las partes interesadas que tengan conocimientos especializados en el COA y pasión por este asunto. Invítelas a que contribuyan a elaborar e implementar un plan de difusión del *Informe mundial sobre la audición* para su comunidad, región o país. Cada uno de los influenciadores debería tener conexiones con los responsables políticos o promotores de la comunidad que puedan ayudar a difundir el mensaje del informe. Incluir en el equipo a líderes de opinión locales sobre el COA puede contribuir a una ejecución eficaz del plan.

## 02 ESTABLEZCA SUS OBJETIVOS

Establecer objetivos de campaña SMART (vea el recuadro 1) aumenta las probabilidades de éxito y ayuda a orientar el proceso de adopción de decisiones durante la ejecución, ya que facilita la medición y el seguimiento del desempeño y el impacto.

El objetivo puede relacionarse con:

**a) Crear conciencia en general.** Los ciudadanos y los funcionarios de gobierno de la comunidad pueden no saber acerca de la pérdida auditiva o la necesidad de políticas de COA. Un paso importante para conseguir que se dé importancia al COA es aumentar la conciencia pública al respecto.

**Y**

**b) Impulsar la formulación o el cambio de políticas.** Siempre que sea posible, este debería ser el foco principal de las actividades del Día Mundial de la Audición 2021.

### Recuadro 1: Los objetivos SMART son:

- **ESPECÍFICOS:** ¿Qué quiere lograr exactamente?
- **MEDIBLES:** ¿Se pueden medir los resultados de su campaña?
- **REALIZABLES:** ¿Cuenta con los recursos necesarios para alcanzar su objetivo? ¿Llegará este evento a su público destinatario?
- **PERTINENTES:** ¿Los objetivos son pertinentes para su público destinatario?
- **SUJETOS A PLAZOS:** ¿Son prácticos y realizables dentro del marco de tiempo dado?

## 03 DEFINA QUIÉNES SON LOS DESTINATARIOS PRINCIPALES

El siguiente paso es definir quiénes son los destinatarios principales.

Los **destinatarios primarios** deberían ser idealmente partes interesadas que puedan tener un impacto directo y el poder de lograr cambios. Comúnmente, incluyen líderes políticos y funcionarios de gobierno (vea el recuadro 2).

**Los destinatarios secundarios** tienen el poder de influir en los destinatarios primarios y también pueden contribuir a generar apoyo y conciencia pública. Son personalidades de los medios de comunicación, líderes de opinión clave, dirigentes religiosos, celebridades, ONG, profesionales de la salud y miembros del público en general (vea el recuadro 3).

Una vez hecho esto, y trabajando con su comité o grupo de planificación:

- Busque personas específicas dentro de cada grupo destinatario a las que podría dirigir sus esfuerzos.
- Piense en los posibles obstáculos, los facilitadores y los motivadores para la acción de cada grupo destinatario prioritario.
- De acuerdo con ello, decida cómo podría presentarles su caso eficazmente para lograr el resultado deseado.

## Recuadro 2: Destinatarios primarios

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Ministerio de Salud, incluidos los funcionarios de:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Bienestar familiar</li><li>○ Enfermedades no transmisibles</li><li>○ Salud maternoinfantil</li><li>○ Geriátría</li><li>○ Atención social</li><li>○ Discapacidad</li><li>○ Finanzas</li><li>○ Rehabilitación</li><li>○ Atención primaria</li></ul></li><li>• Ministerio de Discapacidad</li><li>• Ministerio de Educación</li><li>• Ministerio de Bienestar Social y Desarrollo</li><li>• Ministerio de Finanzas</li><li>• Funcionarios de los gobiernos locales:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Salud</li><li>○ Educación</li><li>○ Discapacidad</li><li>○ Rehabilitación</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Organismos de desarrollo/organizaciones bilaterales/organismos de las Naciones Unidas</li><li>• Fundaciones y ONG que trabajan en el ámbito del envejecimiento</li><li>• Fundaciones que trabajan en el ámbito de la salud infantil y la salud mundial</li><li>• Oficinas regionales y en los países de la OMS</li></ul> |
|--|--|

## Recuadro 3: Destinatarios secundarios

Al considerar quiénes son los destinatarios de su campaña, puede ser útil segmentar la población en función de las siguientes características:

- Edad: adolescentes, adultos, adultos mayores
- Ámbito: escuela, universidad, clínica, comunidad, hospital (especialmente si usted está teniendo problemas de financiación: excelente oportunidad para mostrar el valor de su departamento de audiología u otorrinolaringología a la organización)
- Asociaciones profesionales: profesores, enfermeros, médicos y otros profesionales afines
- Grupos con mayor riesgo: personas expuestas a ruidos fuertes, ya sea recreativo o ocupacional; niños en riesgo de infecciones del oído; padres de niños pequeños y otros

## 04 DETERMINE CUÁLES SERÁN LAS ACTIVIDADES PARA LLEGAR A LOS DESTINATARIOS PRIORITARIOS Y PERSONALIZAR LOS MENSAJES

**Desarrolle y priorice las ideas:** Comience por revisar el panorama general del COA en su país o comunidad. A continuación, identifique las actividades que puedan contribuir a brindar un panorama general, de alguna manera. Para ello puede ser útil responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué servicios de COA funcionan actualmente en su comunidad o país, o cuál es el estado actual de los conocimientos, y qué deficiencias existen? (Panorama general)
2. ¿Cuáles son los pasos o intervenciones a los que se debe dar prioridad para subsanar las deficiencias que ha encontrado en materia de políticas o conocimientos? (Acción estratégica necesaria)
3. ¿Qué tipo de actividad (que pueda ayudar a subsanar estas deficiencias) se puede organizar de manera realista para avanzar hacia el objetivo de “cuidado auditivo para todos”? (Actividad concreta planificada)

Una estrategia útil es una “lluvia de ideas” (vea el recuadro 4). Antes de comenzar una lluvia de ideas, revise el tipo de actividades que se describen en estas Herramientas (sección IV). Las actividades se refieren a lo siguiente:

- **ACTIVIDADES RELACIONADAS CON POLÍTICAS QUE PODRÍAN DAR LUGAR A RESULTADOS EN MATERIA DE POLÍTICAS**
- **PROMOCIÓN DE LOS MENSAJES CLAVE DEL DÍA MUNDIAL DE LA AUDICIÓN Y EL INFORME MUNDIAL SOBRE LA AUDICIÓN, COMO SE DESCRIBE EN LA SECCIÓN II**
- **ACTIVIDADES COMBINADAS, DE POLÍTICA Y PROMOCIÓN**

En la sección IV de estas Herramientas se ejemplifican algunas ideas de tipos de eventos que se pueden organizar y su estructura.

Ahora tendrá que **evaluar críticamente** las ideas, los lugares, los recursos y los grupos destinatarios, y **tomar una decisión** sobre qué idea o ideas le gustaría implementar. A continuación se sugieren algunos criterios que puede utilizar para evaluar sus ideas.

La idea:

- ¿se relaciona con su objetivo?
- ¿es adecuada para el grupo destinatario seleccionado?
- ¿es costo-efectiva y puede completarse con los fondos y recursos y en el plazo disponibles?

- ¿es culturalmente sensible y adecuada para su comunidad?

**Personalice los mensajes del Día Mundial de la Audición y el Informe Mundial sobre la Audición y los materiales conexos:** use como punto de partida los mensajes generales de comunicación del informe que se presentan en el recuadro 4. Utilice los materiales indicados en la sección VIII de estas Herramientas. Adáptelos a su grupo destinatario y actividad, de acuerdo con las normas de la OMS.

**Los buenos mensajes de comunicación** hacen que las personas reflexionen sobre lo que piensan, sienten y hacen. Al seleccionarlos, tenga en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿Qué quiere que sepa su público destinatario?
- ¿Qué quiere que piense su público destinatario?
- ¿Qué quiere que sienta su público destinatario?
- ¿Qué quiere que haga su público destinatario?

**Recuadro 4: El tema del Día Mundial de la Audición 2021: “Cuidado de la audición para TODOS. Examinar. Rehabilitar. Comunicar”.**

**Los mensajes clave que queremos transmitir en el Día Mundial de la Audición 2021 son:**

Para los responsables políticos:

- La cantidad de personas que viven con pérdida auditiva y enfermedades del oído no atendidas es inaceptable.
- Se necesitan acciones oportunas para prevenir y atender la pérdida auditiva a lo largo de la vida.
- Invertir en intervenciones costo-efectivas beneficiará a las personas que tienen pérdida auditiva y aportará beneficios económicos a la sociedad.
- Los gobiernos deben actuar para integrar el cuidado del oído y la audición centrado en la persona en los planes nacionales de salud, a fin de lograr la cobertura sanitaria universal.

Para el público en general:

- La buena audición y la comunicación son importantes en todas las etapas de la vida.
- La pérdida auditiva (y las enfermedades del oído relacionadas) se puede evitar mediante acciones preventivas como: protección contra los sonidos fuertes; buenas prácticas de cuidado del oído, y vacunación.
- La pérdida auditiva (y las enfermedades del oído relacionadas) se puede atender cuando se detecta de manera oportuna y se busca la atención adecuada.
- Las personas que están en riesgo de padecer pérdida auditiva deben hacerse un examen auditivo con regularidad.
- Las personas que sufren pérdida auditiva (o enfermedades del oído relacionadas) deben consultar a un proveedor de atención médica.



## 05 ELABORE UN PLAN GENERAL Y UN CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Como parte de la elaboración de su plan, piense en los recursos y el cronograma.

- ¿Quién será responsable de lograr los diversos aspectos del plan?
- ¿Cuál es el mejor enfoque y el mejor momento para alcanzar los objetivos prioritarios que ha identificado?

Es útil considerar las “ventanas de políticas” del gobierno o los períodos que podrían brindar una oportunidad para destacar su problema específico. Por ejemplo, tenga en cuenta cuándo se llevan a cabo las reuniones quinquenales de planificación presupuestaria del gobierno, aproveche un cambio de administración en ministerios gubernamentales clave o reconozca un nuevo enfoque prioritario en un problema de salud que abarque la audición (cribado neonatal, por ejemplo).

**NOTA:** Consulte estas guías de la OMS que se crearon anteriormente para brindar asistencia paso a paso en la creación de dicho plan nacional de COA:

- <https://www.who.int/publications/i/item/ear-and-hearing-care-planning-and-monitoring-of-national-strategies>

**Lecturas sugeridas para obtener información adicional sobre promoción y desarrollo de políticas:**

- [http://www.pointk.org/resources/files/Pathways\\_for\\_Change.pdf](http://www.pointk.org/resources/files/Pathways_for_Change.pdf)
- <https://www.who.int/pmnch/topics/advocacy/JShiffman-globalsmarticle-Lancet.pdf>

**Cuadro 1: Resumen de destinatarios prioritarios, socios, resultados, barreras y facilitadores**

¿Quiénes son los destinatarios prioritarios?	¿Cuál es el resultado deseado?	¿Qué barreras podrían limitar la actividad?	¿Qué factores podrían facilitar la actividad?	¿Cuáles son los motivadores clave para la acción?	¿Qué socios podrían ayudarlo a llegar a los destinatarios prioritarios?
Ministerios gubernamentales <i>(consulte la Sección IV para conocer cuáles son los públicos recomendados para la segmentación de destinatarios dentro de los ministerios)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invertir en COA</li> <li>• Integrar la política de COA en los planes nacionales de salud</li> <li>• Implementar/mejorar las estrategias de COA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuestos limitados</li> <li>• Prioridades contrapuestas</li> <li>• Escasez de conocimientos</li> <li>• Rotación de personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es posible que ya existan sistemas y experiencia locales</li> <li>• Beneficio a la sociedad</li> <li>• Bajo costo, alto impacto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El COA es costo-efectivo</li> <li>• El COA es importante en todas las etapas de la vida</li> <li>• Existen intervenciones comprobadas</li> <li>• Algunas intervenciones tienen un impacto rápido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones/grupos profesionales de ORL y audiología</li> <li>• Asociaciones médicas</li> <li>• Iniciativas regionales</li> <li>• Fundaciones/ONG relacionadas con la audición</li> <li>• Oficinas regionales y en los países de la OMS</li> <li>• Miembros del Foro Mundial de la Audición</li> <li>• Fundaciones lideradas por la industria</li> <li>• Fabricantes</li> <li>• Asociaciones de personas sordas o con dificultades auditivas</li> <li>• Revistas y medios académicos</li> </ul>
Oficinas regionales y en los países de la OMS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar el COA y el <i>Informe Mundial sobre la Audición</i> en eventos en curso y futuros</li> <li>• Alentar a los ministerios de Salud a integrar el COA en los planes nacionales de salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos limitados</li> <li>• Prioridades contrapuestas</li> <li>• Escasez de conocimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mandato de la OMS</li> <li>• Beneficio a la sociedad</li> <li>• Bajo costo, alto impacto</li> <li>• Sinergias con otras cuestiones de salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo de la Sede de la OMS</li> <li>• El COA es costo-efectivo</li> <li>• El COA es importante en todas las etapas de la vida</li> <li>• Existen intervenciones comprobadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sede de la OMS</li> <li>• Iniciativas regionales</li> <li>• Fundaciones/ONG relacionadas con la audición</li> <li>• Ministerios gubernamentales</li> <li>• Miembros del Foro Mundial de la Audición</li> <li>• Asociaciones médicas</li> </ul>
Agencias de desarrollo/bilaterales/de la ONU	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invertir en COA</li> <li>• Incorporar COA en los planes de proyectos nacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasez de conocimientos</li> <li>• El COA no siempre es compatible con las prioridades existentes</li> <li>• Horizonte de planificación a largo plazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficio a la sociedad</li> <li>• Bajo costo, alto impacto</li> <li>• Sinergias con otras cuestiones de salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El COA es importante en todas las etapas de la vida</li> <li>• Existen intervenciones comprobadas</li> <li>• El COA es costo-efectivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de formular políticas</li> <li>• Asociaciones de personas sordas o con dificultades auditivas</li> <li>• Fundaciones/ONG relacionadas con la audición</li> <li>• Iniciativas regionales</li> <li>• Miembros del Foro Mundial de la Audición</li> <li>• Fundaciones lideradas por la industria</li> <li>• Fabricantes</li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones/grupos profesionales de ORL y audiología</li> <li>• Revistas y medios académicos</li> </ul>
Fundaciones/ONG relacionadas con el envejecimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporar el COA en programas de atención a adultos mayores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasez de conocimientos</li> <li>• El COA no siempre es compatible con los programas existentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajustado a la misión</li> <li>• Bajo costo, alto impacto</li> <li>• Sinergias con cuestiones del envejecimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El COA es importante para los adultos mayores</li> <li>• Existen intervenciones comprobadas</li> <li>• El COA es costo-efectivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundaciones/ONG relacionadas con la audición</li> <li>• Iniciativas regionales</li> <li>• Asociaciones de personas sordas o con dificultades auditivas, u ONG que trabajan para ese colectivo</li> <li>• Miembros del Foro Mundial de la Audición</li> </ul>
Fundaciones/ONG que trabajan en el ámbito de la salud infantil y la salud mundial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporar el COA en programas pertinentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasez de conocimientos</li> <li>• El COA no siempre es compatible con los programas existentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficio para los niños/la sociedad</li> <li>• Bajo costo, alto impacto</li> <li>• Sinergias con otras cuestiones de salud</li> <li>• Es posible que ya existan sistemas y experiencia locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El COA es importante en todas las etapas de la vida</li> <li>• Existen intervenciones comprobadas</li> <li>• El COA es costo-efectivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundaciones/ONG relacionadas con la audición</li> <li>• Iniciativas regionales</li> <li>• Fundaciones lideradas por la industria</li> <li>• Asociaciones de personas sordas o con dificultades auditivas, u ONG que trabajan para ese colectivo</li> <li>• Asociaciones/grupos profesionales de ORL y audiología</li> <li>• Revistas y medios académicos</li> <li>• Miembros del Foro Mundial de la Audición</li> <li>• Grupos de padres y madres</li> </ul>

# FORMATOS SUGERIDOS PARA LAS ACTIVIDADES DE POLÍTICA Y PROMOCIÓN

Existen diferentes formatos de reuniones y eventos que usted puede utilizar para lograr sus objetivos, tal como se establece en la Sección IV de esta guía. Estos formatos se proporcionan con mayor detalle en las siguientes páginas:

## Actividades de política\* y

**Objetivo:** Conseguir un acuerdo con los responsables de la formulación de políticas sobre una o dos acciones clave que contribuirían a la adopción de las intervenciones recomendadas.

\* Estas pueden titularse como **presentación nacional/subnacional del Informe mundial sobre la audición.**

*Formatos sugeridos:*

- Diálogo sobre políticas
- Sala de situación abierta
- Visitas presenciales
- Presentación con mesa redonda
- Reuniones personales
- Declaración oficial de apoyo del gobierno

## promoción

**Objetivo:** Presentar el *Informe mundial sobre la audición* y difundir las conclusiones.

*Formatos sugeridos:*

- Discursos formales y presentación
- Sesiones de conferencia
- Webinar/transmisión por web
- Conferencias de prensa
- Evento mediático
- Cribado auditivo

## Actividades de política y

## promoción

**Objetivo:** Presentar el *Informe mundial sobre la audición* y difundir las conclusiones. Conseguir un acuerdo con los responsables de la formulación de políticas sobre una o dos acciones clave que contribuirían a la adopción de las intervenciones recomendadas.

*Formatos sugeridos.* Todos los eventos de promoción mencionados anteriormente se pueden llevar a cabo con la participación de los responsables políticos:

- Discursos formales y presentación
- Sesiones de conferencia
- Webinar/transmisión web
- Reuniones informativas para la prensa con la participación de responsables políticos
- Evento mediático dirigido por un responsable político
- Sala de situación abierta
- Visitas presenciales y conferencias de prensa
- Presentación con mesa redonda
- Reuniones personales
- Declaración oficial de apoyo
- Cribado auditivo en el parlamento

## A. SEMINARIO CON DISCURSOS FORMALES Y PRESENTACIONES

<b>Propósito:</b>	Presentar el <i>Informe mundial sobre la audición</i> y difundir las conclusiones. Presentar las intervenciones recomendadas.
<b>Duración:</b>	2-3 horas
<b>Ámbito:</b>	Sala de conferencias/seminarios, sillas ubicadas en forma de U o concéntrica
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Funcionarios del ministerio y formuladores de políticas, agencias de desarrollo/bilaterales/de las Naciones Unidas, miembros de fundaciones y ONG relacionadas con el envejecimiento, la salud infantil y la salud mundial, y medios de comunicación. Este formato puede servir para grupos grandes.

### Orden del día sugerido

<b>Discurso de apertura</b>	Confiera solemnidad al <i>Informe mundial sobre la audición</i> dando la palabra a un funcionario prominente, preferiblemente el representante regional o nacional de la OMS o el ministro de Salud.	10 minutos
<b>Presentación del informe</b>	Utilice diferentes puntos en la presentación del informe.	20 minutos
<b>Presentación con panel de expertos</b>	Un panel de expertos hace una presentación sobre el contexto del COA en relación con las intervenciones recomendadas en el informe.	90 minutos
<b>Experiencias personales</b>	Dos o tres personas locales para hablar sobre experiencias personales o familiares en relación con la pérdida auditiva y el impacto de las intervenciones en su situación.	
<b>Ronda de preguntas y respuestas</b>		15 minutos
<b>Reunión informal para establecer contactos</b>	Recepción informal final	30-60 minutos

*En el anexo 1 hay un borrador de carta de invitación a responsables políticos para que participen en su evento.*

## B. CONSULTA CON LAS PARTES INTERESADAS O DIÁLOGO SOBRE POLÍTICAS (SALA DE SITUACIÓN ABIERTA)

<b>Propósito:</b>	Encontrar formas innovadoras de implementar las recomendaciones del informe mediante un taller de reflexión y generación de ideas. Confirmar la viabilidad de las ideas con el responsable de la toma de decisiones.	
<b>Duración:</b>	3 a 4 horas	
<b>Ámbito:</b>	Sala de taller	
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Esta actividad funciona bien con 20-30 participantes diversos y un facilitador o moderador profesional. Considere incluir una variedad de participantes y profesionales, entre ellos familiares de personas afectadas y personas que no trabajan directamente en el COA, como fundaciones relacionadas con el envejecimiento u organizaciones internacionales de salud. La siguiente es una lista de posibles partes interesadas que podrían participar:	
<b>Representantes de organismos gubernamentales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Salud</li> <li>• Ministerio de Bienestar Social</li> <li>• Ministerio de Educación</li> <li>• Ministerio de Trabajo</li> <li>• Ministerio de Obras Públicas</li> <li>• Ministerio de Ambiente</li> <li>• Ministerio de Finanzas/Planificación</li> <li>• Reguladores de salud provinciales o estatales</li> </ul>		
<i>En el anexo 1 hay un borrador de carta de invitación a responsables políticos para que participen en su evento.</i>		
<b>Representantes de otros organismos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ONG internacionales/nacionales que trabajan en campos relacionados</li> <li>• Principales donantes</li> </ul>		
<b>Profesionales y académicos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores comunitarios de COA</li> <li>• Expertos en salud pública</li> <li>• Profesionales en otología, audiología, patología del habla, salud infantil, salud materna, geriatría, formación sanitaria, etc.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representantes de organizaciones profesionales: otorrinolaringólogos, audiólogos, logopedas, técnicos del área, proveedores de audífonos, maestros y profesores, etc.</li> <li>• Representantes del sector sanitario privado</li> </ul>
<b>Grupos de la sociedad civil</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones de personas sordas o con dificultades auditivas</li> <li>• Asociaciones o grupos de padres y madres</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos de promoción y defensa de los derechos de las personas con discapacidad</li> </ul>
<b>Socios de la industria</b>		

• Fabricantes de audífonos		• Fabricantes de instrumentos médicos	
<b>Orden del día sugerido</b>			
<b>Discurso de bienvenida</b>	Presente el orden del día y el propósito del evento (representante o ministro de Salud)		5 minutos
<b>Breve ronda de presentaciones</b>	¿Por qué estamos aquí?		20 minutos
<b>Presentación del informe</b>	Utilice diferentes puntos en la presentación del informe.		20 minutos
<b>El desafío</b>	El punto focal de COA del Ministerio de Salud (u otro decisor) enuncia un desafío específico del país, relacionado con el informe y las intervenciones recomendadas.		5 minutos
<b>Lluvia de ideas grupal</b>	Grupos de cinco personas intercambian ideas sobre posibles soluciones.		30 minutos
<b>Preselección</b>	Los grupos seleccionan sus tres mejores ideas y preparan un discurso breve.		10 minutos
<b>Selección de ideas</b>	Los grupos hacen sus presentaciones. El tomador de decisiones selecciona la mejor idea de cada grupo o el público vota sobre las mejores ideas.		5 minutos por grupo, 30-45 minutos
<b>Pausa y refrigerios</b>	Brindar oportunidades para el intercambio informal de ideas.		15 minutos
<b>Desarrollo de las ideas</b>	Cada grupo debate para desarrollar la idea elegida: ¿Cuál es el resultado esperado? ¿Qué o a quién se necesita para que esto suceda?		30-45 minutos
<b>Presentación de las soluciones</b>	Cada grupo presenta su solución. El responsable de la toma de decisiones proporciona comentarios sobre la viabilidad de cada solución.		30-35 minutos
<b>Comentarios finales</b>			5 minutos

## C. SESIONES DE CONFERENCIA

<b>Propósito:</b>	Presentar el <i>Informe mundial sobre la audición</i> y sus recomendaciones y crear conciencia sobre ellos, para fomentar el diálogo continuo entre los asistentes a la conferencia sobre las acciones de COA. Las conferencias incluyen representantes del COA pero también de salud pública, envejecimiento, salud infantil y otros campos que tienen una conexión indirecta con la salud auditiva.
<b>Duración:</b>	1 hora
<b>Ámbito:</b>	Sala de conferencias
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Profesionales y académicos en COA y campos relacionados. Formato adecuado para grupos grandes.

### Orden del día sugerido

<b>Discurso de bienvenida</b>	Un orador principal experto presentar el tema.	5 minutos
<b>Presentación del informe</b>	Utilice diferentes puntos en la presentación del informe.	20 minutos
<b>Experiencias personales</b>	Dos o tres personas locales para hablar sobre experiencias personales o familiares acerca de la pérdida auditiva y el impacto de las intervenciones en su situación.	15 minutos
<b>Discusión en grupo</b>	Los asistentes tienen la oportunidad de compartir sus impresiones y hacer preguntas al orador.	15 minutos
<b>Comentarios finales</b>		5 minutos



## D. CONFERENCIAS DE PRENSA

<b>Propósito:</b>	Presentar el <i>Informe mundial sobre la audición</i> y difundir las conclusiones. Presentar las intervenciones recomendadas.
<b>Duración:</b>	1 hora
<b>Ámbito:</b>	Sala de conferencias (también podría vincularse a una visita presencial. Consulte la sección V.E).
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Representantes de medios impresos, televisivos y radiales enfocados en temas de salud, educación, gobierno o bienestar social.

### Orden del día sugerido

<b>Discurso de apertura</b>	Idealmente por un funcionario prominente.	10 minutos
<b>Presentación del informe</b>	Utilice diferentes puntos en la presentación del informe.	20 minutos
<b>Experiencias del panel de expertos</b>	Uno o dos expertos médicos hacen una presentación sobre el contexto del COA en relación con las intervenciones recomendadas en el informe.	10 minutos
<b>Experiencias personales</b>	Dos o tres personas locales para hablar sobre experiencias personales o familiares acerca de la pérdida auditiva y el impacto de las intervenciones en su situación.	5 minutos
<b>Ronda de preguntas y respuestas</b>	Invite a la audiencia a hacer preguntas.	15 minutos

Nota: si los periodistas tienen preguntas más complejas, se recomienda una entrevista individual después de la conferencia de prensa. Estará a disposición una plantilla de comunicado de prensa, sujeta a embargo.

## E. VISITAS PRESENCIALES

<b>Propósito:</b>	Mostrar una aplicación del informe en la vida real y una buena experiencia de campo relacionada una intervención específica.
<b>Duración:</b>	4-5 horas
<b>Ámbito:</b>	Centro local
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Funcionarios ministeriales y responsables políticos, agencias de desarrollo/bilaterales/de las Naciones Unidas y medios de comunicación. Dependiendo del centro, este formato es más adecuado para grupos más pequeños, de unos 10-20 participantes.

### Orden del día sugerido

<b>Discurso de bienvenida</b>	Haga una breve presentación del centro y su importancia para el informe, y la intervención recomendada.	10 minutos
<b>Ronda de presentaciones</b>	Los participantes se presentan. Por qué estamos aquí, qué nos conecta con el COA.	15-20 minutos
<b>Breve presentación del informe</b>	Utilice diferentes puntos en la presentación del informe	10 minutos
<b>Recorrida del centro</b>	Señale qué hace que este sea un buen ejemplo de acción en materia de COA y cómo se relaciona con una intervención específica recomendada.	1-2 horas
<b>Historias personales</b>	Invite a personas que usan el centro o servicio a que compartan sus historias y cómo el centro ha afectado sus vidas.	15-30 minutos
<b>Sesión informativa</b>	Discuta el caso con los participantes y haga una lluvia de ideas sobre posibles acciones. Recopile los resultados de la sesión informativa en una pizarra o en notas de tipo "Post-it".	30 minutos
<b>Redes informales con "cubo de ideas"</b>	Recepción final, formal o informal. Asegúrese de que las ideas se puedan captar en un cubo de ideas u otro mecanismo.	30-60 minutos

## F. PRESENTACIÓN CON MESA REDONDA

<b>Propósito:</b>	Presentar el <i>Informe mundial sobre la audición</i> y difundir las conclusiones. Llegar a un acuerdo sobre 1-2 medidas clave que podrían tomarse para avanzar hacia la integración de las políticas de COA en el plan nacional de salud.	
<b>Duración:</b>	3 horas	
<b>Ámbito:</b>	Sala de conferencias/seminarios, sillas ubicadas en forma de U o concéntrica.	
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Funcionarios ministeriales y responsables políticos, agencias de desarrollo/bilaterales/de las Naciones Unidas, profesionales y medios de comunicación. Este formato es muy flexible en cuanto al tamaño.	
<b>Orden del día sugerido</b>		
<b>Discurso de bienvenida del representante político</b>	Confiera solemnidad a la cuestión dando la palabra a un funcionario prominente. Recuerde que es primordial contar con un orador que sepa captar la atención. Haga que los discursos sean breves.	15 minutos
<b>Mesa redonda con formato de “pecera”</b>	Cuatro sillas para los panelistas, de las cuales una está reservada para un miembro del público que se une espontáneamente. Cualquier persona puede presentarse y reemplazar al participante del público. Esto hace que la mesa redonda sea más interactiva y estimula la resolución de problemas.	60 minutos
<b>Presentación del informe</b>	Utilice la presentación con puntos de oratoria que se proporciona en estas Herramientas.	20 minutos
<b>Reunión informal para establecer contactos</b>	Recepción final informal.	60 minutos

## G. WEBINARIO O TRANSMISIÓN WEB

<b>Propósito:</b>	Presentar el <i>Informe mundial sobre la audición</i> y difundir las conclusiones. Presentar las intervenciones recomendadas.
<b>Duración:</b>	2 horas
<b>Ámbito:</b>	Por internet
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Funcionarios ministeriales y responsables políticos, agencias de desarrollo/bilaterales/de las Naciones Unidas, miembros de fundaciones y ONG relacionadas con el envejecimiento, la salud infantil y la salud mundial, y medios de comunicación. Este formato puede servir para grupos grandes.

Una transmisión web es típicamente una presentación en vivo “de uno a muchos”, realizada a través de Internet. La grabación se almacena en una página web para que pueda ser visualizada después. Un webinar o seminario web (una reunión por Internet) también es en vivo y suele ser más colaborativo. La ventaja de una transmisión web es que se lleva a cabo una vez y luego la grabación se puede ver y compartir muchas veces. La ventaja de un webinar es que su formato tiende a promover la interacción entre los participantes. Ambos formatos son útiles y aprovechan Internet para llegar a grandes grupos de personas. Sin embargo, tenga en cuenta que la comunicación por Internet rara vez es tan eficaz como el diálogo en persona.

### Orden del día sugerido

Discurso de apertura	Confiera solemnidad al <i>Informe mundial sobre la audición</i> invitando a un funcionario de alto perfil para que dirija la reunión.	10 minutos
Presentación del informe	Utilice la presentación con puntos de oratoria que se proporciona en estas Herramientas.	20 minutos
Presentación de panel de expertos	Un panel de expertos hace una presentación sobre el contexto del COA en relación con las intervenciones recomendadas en el informe.	90 minutos
Ronda de preguntas y respuestas	Dependiendo del formato, se podría alentar a los participantes a que hagan preguntas al panel de expertos.	15 minutos

## H. Reunión personal

<b>Propósito:</b>	Presentar el <i>Informe mundial sobre la audición</i> y difundir sus conclusiones. Presentar las intervenciones recomendadas. Motivar el diálogo sobre políticas.
<b>Duración:</b>	10-30 minutos
<b>Ámbito:</b>	Interacción cara a cara en la oficina de un decisor o político de alto nivel.
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Funcionarios ministeriales y responsables políticos, agencias de desarrollo/bilaterales/de las Naciones Unidas, miembros de

fundaciones y ONG relacionadas con el envejecimiento, la salud infantil y la salud mundial, y medios de comunicación.

Un grupo de influenciadores puede tratar de tener una reunión personal con el responsable político elegido, ya sea solo o con otras personas. Un grupo de partes interesadas, incluidos profesionales, organizaciones de la sociedad civil y grupos de usuarios, puede solicitar una breve cita con el objetivo de transmitir mensajes clave del *Informe mundial sobre la audición* y motivar la acción política.

Si bien las iniciativas de múltiples partes interesadas son más deseables, puede ser necesario que el número de personas que participan en estas reuniones personales sea limitado para una gestión del tiempo más eficaz.

#### Orden del día sugerido

Presentaciones breves		2-3 minutos
Discurso breve	Discurso breve que consiste en (consulte la Sección VI: Puntos a tener en cuenta)	3 minutos
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensaje clave compatible con materiales de antecedentes</li> <li>• Pedido claro</li> </ul>	
Preguntas		7-8 minutos
Próximos pasos		2 minutos

## I. DECLARACIÓN DE APOYO

<b>Propósito:</b>	Se puede solicitar una declaración de apoyo del gobierno para obtener su compromiso con el COA.
<b>Ámbito:</b>	Toda interacción con responsables políticos, como las mencionadas anteriormente, puede ser la oportunidad de obtener el compromiso de ellos a través de una carta de apoyo.
<b>Grupos destinatarios prioritarios:</b>	Funcionarios ministeriales y responsables políticos, agencias de desarrollo/bilaterales/de las Naciones Unidas, miembros de fundaciones y ONG relacionadas con el envejecimiento, la salud infantil y la salud mundial, y medios de comunicación. Este formato puede servir para grupos grandes.

#### Formatos sugeridos:

En el anexo 2 se sugiere un formato.

# PUNTOS A TENER EN CUENTA AL PREPARARSE PARA UNA INTERACCIÓN CON RESPONSABLES POLÍTICOS

Es importante prepararse con mucha antelación antes de interactuar con responsables políticos, para tener una visión clara de lo que usted quisiera lograr en esa interacción y cómo hacerlo. A continuación se describen algunos principios:

- Un enfoque colaborativo sería más eficaz que uno individual. Por lo tanto, siempre que sea posible, son preferibles los eventos o actividades organizados por múltiples partes interesadas. Esto también es apropiado cuando se buscan reuniones personales con responsables políticos.
- Dado que es probable que el tiempo sea corto, tenga preparados:
  - El mensaje clave que debe transmitirse
  - Un pedido claro (es decir, una solicitud clara con respecto a la medida que le gustaría que tomara el responsable político)
  - Materiales de apoyo
- No planifique discursos largos para su interacción.
- No resalte únicamente los problemas y desafíos. Tenga una propuesta o un plan claros sobre cómo afrontar los problemas y superar los desafíos.
- Esté preparado con respuestas a posibles preguntas, especialmente sobre los pasos a seguir, el número de personas afectadas, las personas que necesitan servicios, los costos potenciales y la relación costo-beneficio.
- Tenga un plan de seguimiento claro con respecto a los próximos pasos, por ejemplo, una reunión de seguimiento, diálogo de políticas, consulta a las partes interesadas, análisis de la situación, etc.

**Mensaje clave:** debe estar de acuerdo con los mensajes clave del *Informe mundial sobre la audición*. Debe adaptarse al contexto nacional o local, es decir, utilizar datos nacionales o locales, siempre que sea posible.

**Pedido claro:** todos los participantes y las partes interesadas deben acordar de antemano la medida que pretenden que se adopte. Esto dependerá de cuál sea el estado actual o la necesidad en el país; por ejemplo, nombrar un punto focal ministerial nacional o un comité para la integración del COA dentro del Ministerio de Salud, si no existen; entablar un diálogo de múltiples partes interesadas sobre políticas; establecer un programa de cribado; formular una declaración de apoyo, y solicitudes similares. Es ideal estar preparado para los posibles costos del pedido y los pasos siguientes necesarios.

**Materiales de apoyo** que pueden ser útiles:

- Resumen ejecutivo del informe
- Infografía
- Infografía adaptada para reflejar el estado del país
- Una carta de solicitud por escrito firmada conjuntamente por todas las partes interesadas

Declaración de apoyo (vea el anexo 2)

## USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR CONCIENCIA

Los responsables políticos suelen estar influidos por la opinión pública. También utilizan una variedad de fuentes para tomar decisiones informadas sobre políticas. Es probable que la mayoría de los responsables políticos no sean expertos en COA. Los medios son útiles para aumentar los conocimientos sobre el COA y difundir mensajes de manera más amplia al tiempo que se orientan las actividades de promoción y de políticas hacia metas prioritarias específicas. Se puede contactar a editores o personal de medios de comunicación tradicionales y sociales a nivel local y nacional para sugerirles artículos. Es útil conversar con el equipo de difusión del informe para determinar cuáles son las relaciones ya existentes con los medios de comunicación que podrían aprovecharse o si el equipo conoce a alguien que pueda proporcionar dicha información. Alternativamente, la información de contacto a menudo se puede encontrar en los propios sitios web de los medios. Algunas actividades y canales de medios para crear conciencia sobre cuestiones del COA podrían incluir:

- Entrevistas, segmentos de noticias e historias de interés humano para TV o radio
- Artículos de noticias, historias personales, artículos de opinión para revistas y periódicos, en línea e impresos
- Publicaciones y videos en las redes sociales sobre historias y noticias de interés humano relacionadas con intervenciones clave
- Publicaciones de blogs

### **Revistas científicas y profesionales**

Además de los medios noticiosos y de interés general, la colocación de artículos en revistas académicas y científicas es útil para difundir investigaciones basadas en la evidencia, en apoyo de las intervenciones clave recomendadas en el *Informe mundial sobre la audición*. Se exhorta a los profesionales y académicos a que promuevan su trabajo de investigación en ese tipo de publicaciones que ayudan a comunicar los beneficios de las intervenciones clave. Algunas asociaciones comerciales o profesionales publican revistas que incluyen historias de interés

general. Las personas con pérdida auditiva, sus familias y los profesionales que trabajan para ayudar a las personas con pérdida auditiva pueden comunicarse con estas publicaciones para escribir un artículo sobre sus experiencias en relación con el *Informe mundial sobre la audición* y las intervenciones recomendadas para mostrar el impacto humano.



# MATERIALES DE DIFUSIÓN DEL DÍA MUNDIAL DE LA AUDICIÓN Y EL *INFORME MUNDIAL SOBRE LA AUDICIÓN*

La OMS ha creado una variedad de materiales para apoyar la promoción del *Informe mundial sobre la audición* y los debates sobre políticas.

**Recursos para los medios de comunicación y los responsables políticos:** estas herramientas lo ayudarán a comunicar mensajes clave del informe. Algunos recursos son para fines de promoción general, medios tradicionales o redes sociales. Otros recursos están orientados a reuniones sobre políticas con funcionarios gubernamentales, la sociedad civil y otras audiencias para fundamentar la adopción de intervenciones de COA en los planes o programas nacionales de salud, o influir en ellas. Los recursos son:

- **Disponibles actualmente (noviembre de 2020)**

- **Resumen del *Informe mundial sobre la audición*** con antecedentes, descripción general del propósito del informe e intervenciones clave. Disponible en inglés.
- **Una presentación de PowerPoint previa a la presentación del informe** que proporciona contexto sobre el informe y sugerencias para actividades de comunicación relacionadas. Se puede enviar a pedido. Correo electrónico: [whf@who.int](mailto:whf@who.int).
- Afiche del Día Mundial de la Audición que anuncia la presentación del informe.
- **Resolución de la Asamblea Mundial de la Salud sobre el COA<sup>1</sup>**
- **Conjunto de herramientas para el desarrollo de la estrategia nacional de COA<sup>2</sup>**
  - Planificación y monitoreo de estrategias nacionales
  - Herramienta de análisis de situación del COA
  - Indicadores
    - **Paquete del Día Mundial de la Audición**
- Folletos del Día Mundial de la Audición para el público en general
- Materiales de redes sociales (no sujetos a embargo)
- Kit para el “auditón”
  - Especificaciones sobre videos y fotos
  - Materiales de promoción de marca: diseño de camisetas, pins y bolsos
  - Marco para fotos de Facebook
- Formato de plantilla de infografía para adaptar con datos específicos del país.

---

<sup>1</sup> Resolución de la Asamblea Mundial de la Salud sobre el COA: [https://apps.who.int/gb/ebwha/archivos\\_pdf/WHA70/A70\\_R13-en.pdf?ua=1](https://apps.who.int/gb/ebwha/archivos_pdf/WHA70/A70_R13-en.pdf?ua=1)

<sup>2</sup> Planificación y seguimiento de estrategias nacionales: <https://www.who.int/publications/i/item/ear-and-hearing-care-planning-and-monitoring-of-national-strategies>

Herramienta de análisis de la situación del COA: <https://www.who.int/publicaciones/i/item/herramienta-de-analisis-de-situacion-del-cuidado-del-odo-y-audicion>

Indicadores: <https://www.who.int/publications/i/item/ear-and-hearing-care-indicators-for-monitoring-provision-of-services>

Estos materiales estarán disponibles en noviembre-diciembre de 2020 para su adaptación y uso.

- **Materiales sujetos a embargo**

Los siguientes materiales estarán sujetos a un embargo estricto hasta el 3 de marzo de 2021. Pueden obtenerse previa solicitud y tras la firma de un acuerdo de confidencialidad con la OMS. Registre su evento en línea en o envíe un correo electrónico a [whf@who.int](mailto:whf@who.int) para obtener más información ([enlace de registro](#)).

- **Resumen ejecutivo** del informe con sus mensajes clave (dos páginas). Estará disponible en seis idiomas.
- **Infografía del Informe mundial sobre la audición** que presenta los mensajes de comunicación clave del informe.
- **Cuadros y mensajes en las redes sociales:** contienen mensajes de la OMS en las redes sociales sobre el *Informe mundial sobre la audición* y las intervenciones clave. Estos materiales son para que los comparta en sus propios canales de redes sociales.
- **Presentación de PowerPoint** con mensajes clave del informe.
- **Resumen de políticas** sobre el conjunto de intervenciones de COA recomendadas para las intervenciones ESCUCHA.
- **Video promocional**

- **Materiales disponibles el 1 de marzo de 2021**

- El comunicado o la nota de prensa de la OMS para los medios estará disponible poco antes de la presentación del informe.
- Video introductorio de la OMS: poco antes de la presentación estará disponible un video de 2 a 3 minutos en el que funcionarios clave de la OMS describen los mensajes principales del informe.

Los recursos estarán disponibles para todas las partes interesadas antes de la presentación del *Informe mundial sobre la audición*, propuesta para principios de 2021. Todos los materiales estarán disponibles en línea. Visite este [espacio](#).

## PROMOCIÓN

### PROMOCIÓN DE SU EVENTO

**Registre su evento** en el sitio web del Día Mundial de la Audición de la OMS. Háganos saber acerca de sus actividades y descubra qué están haciendo otros para celebrar el Día Mundial de la Audición. Esta es una excelente manera de promover su arduo trabajo e inspirar a otros a participar.

Al organizar un evento del Día Mundial de la Audición:

- Utilice en sus comunicaciones los materiales creados por la OMS para unificar sus esfuerzos con los del resto del mundo y obtener más visibilidad. **Recuerde que, si adapta los materiales de la OMS, debe eliminar el logotipo de la OMS y reemplazarlo por el suyo.**
- Si tiene que ofrecer exámenes de audición en la comunidad, puede usar las aplicaciones *HearWHO* o *HearWHO pro* para efectuar los exámenes durante su evento. Haga arreglos para que las personas que precisen una evaluación detallada sean orientadas y derivadas adecuadamente.
- Solicite a los medios locales que informen sobre el impacto de la pérdida auditiva no atendida. Ponga a otros expertos o a usted mismo a disposición para hablar en programas de radio o televisión locales.
- Publique un aviso a los medios y un comunicado de prensa para fomentar la cobertura de su evento. Publicite su evento en los calendarios comunitarios, en la televisión y a través de los centros comunitarios y los mercados vecinales.
- Agregue información del evento a su sitio web, sitios de redes sociales, su boletín y otras plataformas.
- Si su hospital o institución tiene un boletín informativo, sitio web o cuenta de Facebook o Twitter, utilícelo para publicitar el próximo evento.
- Póngase en contacto con miembros destacados de la comunidad, por ejemplo, líderes religiosos (incluidos los sanadores tradicionales), y bríndeles información. Ellos son un excelente punto de partida, ya que interactúan con un gran número de personas a diario.
- Tome fotos del evento y envíe un artículo para su organización profesional local y para el boletín del hospital.
- Difunda el evento y su éxito en las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn). Estas son de uso gratuito y son una potente herramienta de marketing si se utilizan correctamente. Al tuitear o publicar en Facebook, use los siguientes *hashtags*:
  - #hearathon2021
  - #worldhearingday
  - #hearingcare
  - #safelistening
  - **Nota: #hearingcare debe usarse en todas las actividades relacionadas con la presentación del informe, cuando se difunden en Facebook y Twitter.**
- Envíe un informe y fotografías a la OMS.

**Nota:**

Al tomar fotografías o grabar videos en un evento, pida permiso a las personas que salen en ellos para usar esas imágenes en materiales de promoción, informes y material en línea (vea el anexo 3).

En el anexo 4 se ofrece más información sobre la calidad de las fotografías y los videos y la naturaleza de la información.

## ACTIVIDADES DIRIGIDAS POR LA OMS PARA APOYAR Y PROMOVER EL DÍA MUNDIAL DE LA AUDICIÓN Y EL *INFORME MUNDIAL SOBRE LA AUDICIÓN*

Además de celebrar el Día Mundial de la Audición y presentar el informe, nuestra tarea es empoderar y movilizar a otros para que hagan lo mismo. En este marco, se invita a todos los socios a que organicen sus eventos y los difundan a nivel mundial a través de las siguientes plataformas dirigidas por la OMS:

1. **Mapa interactivo** en el sitio web de la OMS. Todas las actividades registradas se indicarán en un mapa que se alojará en el sitio web de la OMS. Se indicará:
  - a. El país y lugar de organización
  - b. Una breve descripción breve del evento
  - c. El nombre de la entidad organizadora
  - d. Enlaces a sitios web relacionados con el tema (cuando estén disponibles)
  
2. **Grupo de “Changemakers” del Foro Mundial de la Audición, en Facebook.** El Foro Mundial de la Audición es una red mundial de partes interesadas que promueven el COA en todo el mundo. El enfoque actual del Foro y el propósito de este grupo de Facebook es facilitar la planificación y realización del Día Mundial de la Audición 2021 y la presentación del *Informe Mundial sobre la Audición*. Este grupo de Facebook proporciona a los miembros la facilidad y el espacio en línea necesarios para compartir conocimientos, habilidades y experiencias en la planificación y ejecución de este trabajo. También proporciona una plataforma para promover el COA entre audiencias de todo el mundo.
  - a. **¿Para quién es?** Este es un grupo público de Facebook para miembros del Foro Mundial sobre la Audición y cualquier otra persona que tenga el interés y el deseo de promover el COA. Por ser un grupo público de Facebook, toda su información es visible.
  - b. **¿Cómo utilizar el grupo?**
    - i. Comparta información con otros miembros del grupo y manténgase en contacto con ellos.
    - ii. Difunda o publique contenido de su organización (o contenido en línea pertinente creado por otros) relacionado con el Día Mundial de la Audición 2021 y el *Informe Mundial sobre la Audición*.
    - iii. Lea contenido publicado por otros miembros e interactúe con él.
    - iv. Comuníquese con otros miembros a través de la sección de discusión del grupo.

Por ejemplo:

  - v. Planificación de actividades y eventos: comparta ideas, haga preguntas, busque consejo y apoyo de los miembros del grupo.
  - vi. Promoción
    1. Antes del Día Mundial de la Audición, promueva cualquier actividad o evento planificado que vaya a facilitar o en el que vaya a participar.
    2. Presente y promueva actividades y eventos en el día, mientras se realizan.

### c. Qué hacer

- i. Asegúrese de que su identidad sea clara para que cualquier miembro del grupo con el que interactúe y el equipo de COA de la OMS puedan reconocer fácilmente quién es usted y de dónde es.
- ii. **Asegúrese de tener el permiso o consentimiento necesario de toda persona incluida en el contenido que usted comparte o publica.** Por ejemplo, el consentimiento de las personas que aparecen en las fotos presentadas.
- iii. **Recuerde agregar subtítulos a cualquier contenido de video que publique o comparta** (ya sea incorporado en su video o agregado a través de la función de edición de video de Facebook).
- iv. Con respecto a las publicaciones o actividades promocionales que publique, utilice uno o más de los siguientes hashtags para etiquetar sus contribuciones:
  - #hearathon2021
  - #worldhearingday
  - #hearingcare
  - #safelistening
  - **Nota: #hearingcare debe usarse en todas las actividades relacionadas con la presentación del informe, cuando se difunden en Facebook y Twitter.**

d. **Moderación:** El grupo será moderado por la OMS. Esta tarea implicará:

- i. Asegurarse de que nadie infrinja las políticas del grupo, todos respeten las reglas y no haya

<b>Nota: Este grupo es solo para promover el cuidado del oído y la audición; no se permiten actividades fuera de tema o con fines comerciales.</b>
--

spam.

- ii. Agregar nuevos miembros, y eliminar o bloquear a cualquier miembro que no siga las reglas.
- iii. Eliminar el contenido inapropiado.
- iv. Responder a cualquier pregunta.

3. **“Auditón” en las redes sociales:** Con el fin de mostrar y destacar las actividades y eventos que se están realizando en todo el mundo **para presentar y promover el Informe mundial sobre la audición**, toda actividad promocional relacionada que se comparta a través del grupo de Facebook se considerará parte del **auditón**. La idea es que la combinación de actividades y eventos locales en todo el mundo dé como resultado un flujo continuo de actividades promocionales del informe durante las 24 horas del Día Mundial de la Audición 2021.

Aunque le recomendamos que publique material sobre sus actividades y eventos locales a lo largo del día, sería bueno que **se centrara en compartir sus actividades relacionadas con el informe en el grupo de Facebook y otras redes sociales a las 2 p. m., hora local**. Esto ayudará a garantizar la visibilidad de las actividades relacionadas con el informe durante las 24 horas del Día Mundial de la Audición.

Además de lo anterior, **la OMS organizará una mesa redonda para presentar el *Informe mundial sobre la audición y el auditón***. La actividad se transmitirá en vivo (horario a confirmar) a través de la página de Facebook del Foro Mundial sobre la Audición y otros portales de la OMS. El plan, sujeto a confirmación, es que el panel incluya a los siguientes miembros:

- el Director General de la OMS
- el Ministro de Salud de un Estado Miembro de la OMS
- un músico famoso
- una persona que haya vivido la experiencia de la pérdida auditiva.

Se propone que el panel sea moderado por un anfitrión conocido y destacado.

### **Programación de actividades**

A fin de maximizar el impacto de sus actividades y eventos del Día Mundial de la Audición a nivel local y mundial, es particularmente importante que considere el momento en que se llevarán a cabo. Por ejemplo:

- Programar cualquier actividad mediática para media mañana o última hora de la mañana, hora local, puede ayudar a que se incluya en la cobertura de noticias locales a la hora del almuerzo y la noche y a garantizar la coordinación global y la difusión de la promoción durante las 24 horas del Día Mundial de la Audición.

Dar “Me gusta”, compartir o retuitear publicaciones de la OMS y otras durante el día también ayudará a ampliar la promoción colectiva.

## **EVALUACIÓN**

La evaluación debe incluirse desde el inicio del proyecto, asignándole una partida presupuestaria y un plazo. Implica medir lo que sucedió como resultado de la campaña y debe responder a la pregunta: ¿la campaña logró los objetivos esperados?

La campaña se puede evaluar en diferentes niveles. Para planificar la evaluación de su campaña a posteriori, usted debe responder las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los objetivos de la evaluación propuesta y quién utilizará la información recopilada y cómo? Por ejemplo, es posible que deba realizar una evaluación para cumplir con un requisito de una subvención, mejorar la

próxima campaña, obtener financiación continua o aumentada, o ayudar a decidir cómo priorizar y asignar recursos en el futuro.

¿Qué desea medir? Por ejemplo, ¿insumos, productos, resultados o el rendimiento de la inversión?  
 ¿Cómo realizará la evaluación?

INSUMOS	PRODUCTOS	RESULTADOS	IMPACTO
Recursos asignados a la campaña o el programa	Actividades del programa destinadas a influir en las audiencias para que tengan un comportamiento deseado	Respuesta de la audiencia a las actividades	Indicadores que muestran niveles de impacto sobre el tema enfocado en la campaña
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinero</li> <li>• Tiempo del personal</li> <li>• Horas de voluntariado</li> <li>• Materiales ya existentes utilizados</li> <li>• Canales de distribución utilizados</li> <li>• Contribuciones de socios ya existentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de materiales difundidos, llamadas efectuadas, eventos realizados, sitios web creados, tácticas de redes sociales empleadas</li> <li>• Números alcanzados por las redes sociales</li> <li>• Alcance y frecuencia de las comunicaciones</li> <li>• Cobertura en medios libres</li> <li>• Impresión paga en medios de prensa y costo por impresión</li> <li>• Implementación de elementos del programa (por ejemplo, si fue a tiempo y dentro del presupuesto)</li> <li>• Diálogos mantenidos sobre políticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios en los conocimientos</li> <li>• Aumento de los conocimientos</li> <li>• Número de personas que recibieron atención o dispositivos o fueron derivadas</li> <li>• Nuevas alianzas creadas</li> <li>• Iniciativas puestas en marcha</li> <li>• Políticas desarrolladas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios de comportamiento</li> <li>• Rendimiento de la inversión</li> <li>• Ejecución de políticas</li> <li>• Cambios de creencias</li> </ul>

Adaptado de: Lee NR, Kotler P Social Marketing. *Influencing behaviours for good*, cuarta edición. Sage Publications; 2011; 397

Si es posible, siempre realice una encuesta rápida a los asistentes a sus eventos. La encuesta puede hacerse verbalmente al final de su charla o por escrito.

Pida a los asistentes que digan si encontraron la información útil o no, y sobre qué les gustaría aprender más en el futuro.

# PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN

La cuenta regresiva y el trabajo para crear actividades y eventos para el Día Mundial de la Audición y la presentación del *Informe mundial sobre la audición* ya han comenzado. En el siguiente cronograma se exponen acciones clave a modo de planificación y preparación para el Día Mundial y la presentación del informe.

	Tareas de planificación y ejecución					
	Noviembre de 2020 a marzo de 2021			3 de marzo de 2021	31 de marzo de 2021	
<b>Socios, partes interesadas, otros participantes del Día Mundial de la Audición</b>	<b>Diseñar/planificar</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades y eventos relacionados con el Día Mundial</li> <li>• Actividades y eventos específicos para promover y facilitar la difusión del informe</li> </ul>	<b>Registrar el (los) evento(s)</b> en el sitio web de la OMS  Unirse al grupo de Facebook	<b>Difundir información actualizada</b> sobre el progreso en el desarrollo de las actividades  Registrarse para el evento “auditón” de Facebook	<b>Promocionar</b> y difundir eventos y actividades planificados	<b>Presentar</b> y promover eventos y actividades en el Día Mundial	<b>Reflexionar</b> sobre el impacto de eventos y actividades y evaluarlos
<b>OMS</b>	Fomentar y apoyar las actividades de planificación	Revisar las actividades propuestas	Fomentar y apoyar la preparación  Preparar el auditón del informe (evento de Facebook)	Fomentar, monitorear y moderar las actividades promocionales	Supervisar y moderar las actividades promocionales Compartir las actividades relacionadas con el informe en el auditón de Facebook	Revisar los comentarios y generar una descripción general de la evaluación

1. Empiece a planificar lo antes posible: utilice la orientación y los recursos disponibles de la OMS.
2. Cuando tenga una buena idea de lo que va a hacer, registre su(s) evento(s) en el sitio web de la OMS [insertar enlace].
3. En enero de 2021, una vez que se establezca el Grupo de Facebook del Foro Mundial de la Audición, únase a él para compartir ideas, hacer preguntas y ayudar a otros.
4. Difunda en el grupo de Facebook del Foro los progresos realizados.
5. Regístrese para el auditón de Facebook cuando esté en línea.
6. Asegúrese de promocionar su evento con anticipación y en el Día Mundial de la Audición.
7. Por último, reflexione sobre lo que pudo hacer; en particular, cuál fue el impacto y qué lecciones se pueden aprender para el próximo Día Mundial.



# ANEXOS

**Anexo 1: Modelo de carta de invitación a un responsable político o líder para que participe en un evento**

**Anexo 2: Modelo de declaración de apoyo al objetivo “Cuidado de la audición para todos”**

**Anexo 3: Consentimiento para fotos**

**Anexo 4: Especificaciones para fotos y videos**

Acceda a los anexos en formato editable [aquí](#).

## 1. MODELO DE CARTA DE INVITACIÓN A UN RESPONSABLE POLÍTICO O LÍDER PARA QUE PARTICIPE EN UN EVENTO

A:

*(título y nombre del invitado)*

*(Designación/función del invitado)*

*(Dirección del invitado)*



Estimado *(título y nombre del invitado)*:

El 3 de marzo se celebra el Día Mundial de la Audición, que este año se acompaña de la presentación del primer *Informe mundial sobre la audición* de la Organización Mundial de la Salud. El Día Mundial y el informe llaman la atención sobre las necesidades de todas las personas que viven con pérdida auditiva y enfermedades del oído o están en riesgo de padecerlas. Bajo el lema “Cuidado de la audición para todos”, el Día Mundial de la Audición 2021 insta a los gobiernos a integrar el cuidado del oído y la audición en los planes nacionales de salud. Para conmemorar este día especial y reconocer las necesidades de quienes viven con pérdida auditiva y enfermedades del oído no atendidas en *(nombre del país/estado/distrito/ciudad/pueblo)*, *(nombre del organizador)*, en colaboración con *(nombres de los coorganizadores, si los hay)*, está/están organizando un *(nombre del evento)* que tendrá lugar el *(fecha)*, de *(hora de inicio)* a *(hora de finalización)*, en *(lugar)*.

Dado su liderazgo en el campo de la salud pública *(cambiar según corresponda)*, nos gustaría solicitar su participación en este *(tipo de evento)* como *(papel; por ejemplo, invitado principal/invitado de honor/orador)*. *(Agregue una línea para describir los logros o el rol especial del invitado, según corresponda, por ejemplo: "Bajo su liderazgo, nuestro estado ha mejorado notablemente en todos los indicadores relacionados con la salud y continúa logrando un progreso efectivo en todas las áreas de la salud)*. Su liderazgo y orientación/participación/aportes *(use o reformule según corresponda)* serán de gran valor en este foro.

A nivel mundial, casi 450 millones de personas viven con una pérdida auditiva discapacitante *(sustitúyala por estadísticas relevantes para su país/estado/distrito/ciudad/pueblo, si es posible)*<sup>1</sup>. Cuando no se atiende, la pérdida auditiva tiene un gran impacto en las personas afectadas y es causa de importantes pérdidas económicas. El *Informe mundial sobre la audición* establece claramente que es posible prevenir y atender la pérdida auditiva mediante intervenciones de salud pública costo-efectivas. A través de este *(tipo de evento)*, pretendemos evaluar el estado actual del cuidado del oído y la audición en nuestro *(país/estado/distrito/ciudad/pueblo)* y planificar los pasos futuros para fortalecer la acción en este campo. Su participación y apoyo serán una fuente de inspiración para todos los interesados y proporcionarán el ímpetu necesario en nuestros esfuerzos para garantizar el “Cuidado de la audición para TODOS”.

Quedamos a la espera de su respuesta favorable.

Atentamente,  
(firmantes)

Adjunto: orden del día

<sup>1</sup>Enlace al sitio de GBD

---

*Integrar el cuidado del oído y la audición centrado en la persona en los planes nacionales de salud,  
a fin de lograr la cobertura sanitaria universal.*

Declaración de apoyo

## Cuidado de la Audición para todos

*Xxxxxx Xxxxxx*

por la presente expresa su apoyo al objetivo de "Cuidado de la audición para todos", tal como se expresa en el Informe mundial sobre la audición de la Organización Mundial de la Salud.

Por lo tanto, se compromete a fortalecer las acciones de salud pública con miras a mejorar la vida de las personas que padecen o corren riesgo de padecer pérdida auditiva y enfermedades del oído.

---

Nombre del Firmante

---

Nombre del Firmante

### 3. CONSENTIMIENTO PARA FOTOS



#### **DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO**

Yo, el abajo firmante, acepto que se usen mi nombre, apariencia, biografía, imagen y detalles clínicos relacionados con mi persona en fotografías tomadas para la Organización Mundial de la Salud (OMS), así como en publicidad conexas. Entiendo que mi nombre no aparecerá necesariamente en relación con las fotografías.

Declaro ser mayor de edad (por encima de la edad legal de consentimiento) y tener plenas facultades legales y autoridad para hacer esta declaración de consentimiento. En el caso de que yo sea menor de edad (por debajo de la edad legal de consentimiento), esta declaración de consentimiento es realizada por el padre, madre o tutor autorizado.

Reconozco que no tendré derecho a recibir ningún pago a cambio del uso de mi nombre, apariencia, biografía, imagen y detalles clínicos relacionados con mi persona en las fotografías, de acuerdo con esta declaración de consentimiento.

Reconozco además que todos los derechos sobre las fotografías mencionadas se confieren a la OMS que, mientras estén vigentes los derechos aplicables, tendrá el derecho irrestricto, sublicenciable y mundial a utilizar mi nombre, apariencia, biografía e imagen en las fotografías, y los datos clínicos relacionados con mi persona, de cualquier manera. El uso puede incluir, entre otros, edición, duplicación, concesión de licencias a terceros, distribución en todos los medios de expresión ahora conocidos o que se creen en el futuro, tales como materiales de promoción, publicaciones, películas, videos, sitio web de la OMS u otros sitios web, sitios de terceros como YouTube, sin ninguna obligación por parte de la OMS de solicitar ninguna autorización adicional de los abajo firmantes.

Entiendo que puedo negarme a firmar este formulario de consentimiento. Entiendo que mi consentimiento es voluntario y puedo retirarlo en cualquier momento poniéndome en contacto con la OMS; sin embargo, entiendo que mi revocación no se aplicará a las imágenes que ya hayan sido publicadas en virtud de este consentimiento.

Reconozco que he leído este formulario de consentimiento en su totalidad, o que me ha sido leído (o traducido), y he tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto.

Firma:

Nombre:

Nombre del tutor legal (en el caso de menores o personas que por ley no pueden firmar este formulario):

Fecha:

Lugar:

Testigo:

## 4. ESPECIFICACIONES PARA FOTOS Y VIDEOS

### Fotos

**Número de fotos:** Se exhorta a los colaboradores a incluir entre 1 y 4 fotos por artículo.

**Formatos:** Se prefieren los siguientes formatos: JPEG, PNG.

**Calidad de la foto:** Las fotos tomadas por aficionados son perfectamente aceptables; sin embargo, los colaboradores deben asegurarse de que la fotografía esté enfocada, sea de alta resolución y tenga un tamaño mínimo de 1 MB.

Orientación: Horizontal o vertical.

### Videos

#### Especificaciones técnicas para VIDEOS

Paso 1: Vaya a “Configuración” en su aparato iPhone o Android

- Elija “Cámara”
- Elija “Grabar video”
- Elija “1080p HD 60 FPS”

Paso 2: Para empezar a filmar...

- Si se siente cómodo usando una aplicación de filmación como FilmicPro, asegúrese de elegir el formato horizontal o apaisado (preferiblemente 16:9).
- Si no está familiarizado con el uso de aplicaciones como FilmicPro, simplemente use el modo de video en su cámara.
- Obtenga un sonido nítido de HD en modo estéreo.
- La cámara debería estar montada en un trípode, si tiene uno. Si no, coloque el teléfono sobre una superficie plana y estable.
- No use el efecto de aparición o desaparición gradual.

- Duración máxima: entre 1 y 5 minutos.

#### Especificaciones técnicas de SONIDO

- Para mejorar la calidad del sonido y asegurar que los espectadores puedan escucharlo, use sus auriculares con el micrófono incorporado.
- Si tiene auriculares Bluetooth, simplemente póngalos y úselos como lo haría normalmente.
- Si tiene auriculares con cable, póngalos y úselos como lo haría normalmente, pero asegúrese de que los cables no estén enredados y no entorpezcan la actividad que está ejecutando. Para ello puede ser necesario prenderlos al cuello de su camisa u otra prenda. Asegúrese de que el micrófono integrado esté lo más cerca posible de la cabeza.

#### Dirección artística

- El video debe enmarcarse con el sujeto mirando directamente a la lente de la cámara.
- Cuando hable, mire directamente a la cámara.
- Cuando participe en una actividad interactiva, aléjese de la cámara para que su cuerpo completo aparezca en el marco y la gente pueda ver lo que está mostrando.
- Debe haber una iluminación buena y pareja, si es posible.

## Texto

**Cada foto o video deben ir acompañados de un texto pertinente, según los detalles que se indican a continuación:**

**Extensión sugerida:** Hasta 200 palabras.

**Idioma:** Inglés

**Estilo:** Se prefiere el formato de párrafo con oraciones completas.

**Medio:** Microsoft Word (u otro formato editable), o en el cuerpo de un correo electrónico. Si es posible, evite enviar el texto en un archivo PDF.

