

Paquete para la prevención del consumo de opiáceos: cómo ayudar a nuestras comunidades a recuperarse de forma segura

Guía y presentación de la capacitación del instructor

Nota para el instructor

Con el apoyo de la Autoridad de Salud de Oregon (Oregon Health Authority, OHA), Brink Communications y Goodwin Simon Strategic Research desarrollaron esta Guía de capacitación del instructor y la presentación como una herramienta para que usted, el instructor, comparta hallazgos con los miembros de su comunidad u organización.

Su audiencia deben ser socios o colegas que también participen en la labor de prevención del consumo de opiáceos y comunicación con la gente sobre el dolor y el manejo del dolor.

Si todavía no lo hizo, como primer paso le recomendamos consultar el Paquete de herramientas de la campaña "Como manejar el dolor" (Heal Safely) en www.comomanejareldolor.org/herramientas.

Los siguientes son puntos de discusión para usar cuando presente la "Capacitación del instructor".

1. Presentación de la capacitación del instructor

- Bienvenida y presentaciones
- La Autoridad de Salud de Oregon (OHA) lanzó una estrategia integral para abordar la epidemia de opiáceos en nuestro estado.
- Con el apoyo de OHA, Brink Communications y Goodwin Simon Strategic Research desarrollaron esta capacitación del instructor y un paquete de herramientas complementario.

2. Programa

- En la capacitación de hoy vamos a:
- Establecer los objetivos y el propósito de la capacitación
- Presentar la campaña "Cómo manejar el dolor"
- Analizar los hallazgos de la campaña "Cómo manejar el dolor" como herramientas para entender cómo piensa la gente sobre el dolor y el manejo del dolor
- Repasar las recomendaciones clave para crear mensajes con base en la investigación
- Ofrecer herramientas de la campaña que podemos implementar en nuestras propias campañas

3. Objetivos de la capacitación

- Compartir hallazgos de la investigación sobre cómo la gente piensa sobre el dolor de corto plazo y el manejo del dolor
- Ofrecer perspectivas a tener en cuenta para elaborar campañas de comunicación y materiales destinados a reducir la demanda de opiáceos por parte de los consumidores
- Compartir herramientas para ayudar a aplicar los hallazgos de la investigación a nuestra labor

4. Objetivos y propósito

- Diapositiva de transición

5. Objetivos del proyecto

- La capacitación de hoy presenta hallazgos de la investigación sobre las actitudes de la gente ante el dolor y los opiáceos en poblaciones clave en Oregon y enseña las mejores prácticas de la campaña "Cómo manejar el dolor".
- Los objetivos de la campaña incluyen:
 - Concientizar sobre los riesgos de los opiáceos recetados
 - Concientizar sobre las opciones sin opiáceos para manejar el dolor
 - Brindar apoyo y herramientas para que la gente pida a sus médicos opciones sin opiáceos para manejar el dolor
 - Bajar la tasa de recetas de opiáceos para el manejo del dolor en Oregon

6. Áreas de aplicación de los resultados de la investigación

- Esta capacitación de "Cómo manejar el dolor" es un recurso útil para las campañas de educación y participación públicas enfocadas en el manejo del dolor y los opiáceos.
- Se diseñó principalmente para respaldar campañas integrales de educación y participación públicas.
- Las enseñanzas de este paquete de herramientas pueden aplicarse a comunicaciones sobre los opiáceos y el manejo del dolor en diversos contextos y canales (ejemplos en la diapositiva).
- Discusión:
 - ¿Qué labor realiza en la prevención de opiáceos?
 - ¿Cómo cree que su organización/grupo puede usar esta capacitación?

7. El proceso asistencial

- La crisis de opiáceos es un tema complejo, con múltiples causas y consecuencias, que afecta a millones de personas, incluidas nuestras propias familias y vecindarios.
- Abordar esta crisis exige intervenir en cada paso del proceso asistencial, desde la prevención hasta la recuperación.
- La campaña se centra en la prevención, en ayudar a que la gente se abstenga de tomar opiáceos para manejar el dolor.
- También sabemos que la forma en que pensamos y hablamos de un problema afecta las soluciones que contemplamos.
- Cambiar la forma en que la gente piensa y habla del dolor y sus opciones para manejarlo puede ayudarlos a contemplar soluciones diferentes y más seguras.

8. Cómo manejar el dolor

- Con el apoyo de OHA, Brink Communications y Goodwin Simon Strategic Research trabajaron durante 18 meses para desarrollar "Cómo manejar el dolor", una campaña global en las redes sociales para influenciar la demanda de opiáceos recetados por parte de los pacientes.
- "Cómo manejar el dolor" se enfoca en brindar apoyo y herramientas para que la gente elija opciones seguras y efectivas para recuperarse de forma segura después de una lesión o cirugía.
- La campaña se orienta a prevenir que la gente comience a tomar analgésicos narcóticos por una lesión o cirugía. Está financiada por los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés) y la Administración de Servicios de Salud Mental y Abuso de Sustancias (SAHMSA, por sus siglas en inglés).
- Esta presentación repasará la investigación y las formas en que puede incorporarla a su trabajo.

9. Basada en la investigación y participación comunitaria en todo el estado

- A diferencia de una campaña de concientización, "Cómo manejar el dolor" es una campaña para cambiar el comportamiento. Apunta a inspirar a la gente a actuar: en este caso, está destinada a hacer que la gente elija opciones seguras y efectivas para recuperarse.
- Cambiar el comportamiento es una tarea compleja y, en la mayoría de los casos, la información sola no basta.
- Para cambiar el comportamiento, tenemos que ir más allá de solo compartir información y adentrarnos en factores muy complejos que guían el comportamiento (lo que llamamos "factores arraigados"), emociones, identidad, experiencia de vida, valores y creencias.
 - Para aquellos interesados en conocer más sobre este tema, el Paquete de herramientas de la campaña "Cómo manejar el dolor" incluye una explicación exhaustiva de este enfoque.
- La campaña también se basa en principios de equidad y organización comunitaria.
- En ella se consultó a las comunidades afectadas desde el principio y se utilizaron sus aportes para diseñar y llevar a cabo la investigación.
- El proceso incluyó consultar a un Equipo Asesor de Cambios (CAT, por sus siglas en inglés) y recabar información e ideas de grupos como la Alianza de Equidad en Salud de Oregon (Oregon Health Equity Alliance, OHEA) y Coordinadores Tribales de Prevención.

10. Audiencia

- La campaña "Cómo manejar el dolor" se diseñó para llegar a comunidades que sufren disparidades en salud y atención médica y que son las más afectadas por la crisis de opiáceos.

11. Comprensión de nuestra audiencia: perspectivas clave de la investigación

- Para llegar a nuestra audiencia con efectividad, debemos comenzar por comprender su forma de pensar
- Existen dos formas de hacerlo:
 - Descubrir los mensajes y la información que son importantes para ellos
 - Identificar el camino más exitoso para ayudarlos a pensar y actuar de manera diferente a la hora de manejar el dolor
- Cuando creamos campañas de comunicación, debemos centrarnos en las experiencias de vida, los valores y las creencias de nuestra audiencia, aprender qué es importante para ellos y qué quieren saber, y basar nuestra comunicación en esta comprensión (y no en nuestras suposiciones).
- Las siguientes diapositivas presentan una guía sobre los hallazgos clave de la investigación sobre nuestras audiencias.

12. El dolor está determinado por la identidad. Las experiencias vividas afectan la forma en que la gente entiende el dolor.

- La investigación permitió descubrir que, aunque el dolor es universal, las experiencias de vida de cada persona son muy diferentes.
- La forma en que la gente siente y responde ante el dolor es personal y está muy ligada a su identidad.
- Sus experiencias anteriores con el dolor, o las de sus seres queridos, tienen una gran influencia en sus creencias y respuestas ante el dolor y el manejo del dolor.

13. Interacciones con los médicos

- Las personas de todos los grupos demográficos comparten el deseo de ser autosuficientes, estar informados y ser proactivos cuando se trata de su salud y el manejo del dolor.
- A menudo prefieren los remedios caseros, tratarse ellos mismos o usar remedios "naturales" que no los hacen sentir que pierden el control, que es la forma en que muchos describen cómo los opiáceos los hacen sentir.

14. Citas de la investigación

- Estas citas fueron tomadas de entrevistas y grupos de discusión a lo largo de la fase de investigación de "Cómo manejar el dolor" e ilustran las experiencias de los residentes de zonas rurales de Oregon con sus médicos.

15. Perspectiva: concientización sobre los opiáceos

- La gente no sabe qué queremos decir cuando hablamos de "opiáceos" y no entiende bien los riesgos.
- La información que la gente tiene sobre los opiáceos recetados a menudo es errónea o incompleta. Muchos creen que el término opiáceos hace referencia a la heroína o las drogas ilegales, o no saben qué analgésicos narcóticos son opiáceos.
- Pocos indican que hablaron con sus proveedores sobre los opiáceos o el manejo del dolor y, por lo tanto, basan sus conocimientos sobre los riesgos y efectos secundarios en sus propias experiencias o las de sus familiares y amigos.

16. Perspectiva: creencias sobre la adicción

- La mayoría de la gente cree que es importante que "otros" conozcan la información sobre los riesgos de volverse adicto a los opiáceos recetados, pero no creen que esa información sea relevante para ellos porque no se ven a sí mismos como adictos potenciales.
- Esto puede hacer que ignoren información sobre el riesgo de adicción asociado a los opiáceos recetados.

17. Perspectiva: experiencia directa con la adicción

- Muchos participantes en la investigación dijeron ser testigos directos del impacto de la adicción, incluida la adicción a los opiáceos, en sus familias y comunidades.
- Esta experiencia de vida hizo que los potenciales riesgos de adicción y dependencia fueran más creíbles para ellos.

18. Perspectiva: creencias sobre los opiáceos para el dolor

- Muchos dicen que tuvieron experiencias positivas en el pasado al consumir opiáceos recetados por un médico para controlar el dolor y no quieren que sus opciones en el futuro se vean limitadas.
- Mucha gente asume que no está en riesgo de volverse adicta o sufrir efectos secundarios porque sus experiencias anteriores con el consumo de los opiáceos recetados después de una lesión o cirugía no fueron problemáticas.
- Esto los lleva a creer que todo consumo en el futuro será igual de positivo y que están preparados para tomar opiáceos de forma segura.

19. Citas de la investigación

- Estas citas fueron tomadas de entrevistas y grupos de discusión a lo largo de la fase de investigación de "Cómo manejar el dolor" y muestran las diferentes creencias que tienen sobre el dolor los participantes en la investigación.

20. Perspectiva: traumas históricos

- Para la gente de color, afroestadounidenses e indígenas en nuestra investigación, los traumas históricos son un factor importante en la comprensión y el manejo del dolor.

21. Citas de la investigación

- Estas citas fueron tomadas de entrevistas y grupos de discusión a lo largo de la fase de investigación de "Cómo manejar el dolor" e ilustran la conexión entre los traumas históricos y el dolor.

22. Perspectiva: gran resistencia a hablar con los médicos sobre el dolor

- Muchos participantes en la investigación dijeron ser testigos directos del impacto de la adicción, incluida la adicción a los opiáceos, en sus familias y comunidades.
- Esta experiencia de vida hizo que los potenciales riesgos de adicción y dependencia fueran más creíbles para ellos.

23. Citas de la investigación

- Esta cita es de un participante de la investigación e ilustra el racismo institucional y los traumas históricos que mucha gente sufre dentro del sistema de salud.

24. Perspectiva: percepciones sobre las opciones para el manejo del dolor

- Mucha gente expresa interés en opciones sin opiáceos, pero tiene miedo de que estas opciones no le brinden el mismo nivel de alivio inmediato, recuperación o ayuda para descansar que los opiáceos.
- También hay una creencia errónea de que los medicamentos alternativos para el dolor son demasiado experimentales o que el seguro no los cubre.

25. Discusión

- Haga preguntas a los participantes y guíe una discusión abierta.

26. Recomendaciones clave para crear mensajes: cómo hablar sobre el dolor y los opiáceos

- Esta investigación revela que un gran porcentaje de gente no cree que corre ningún riesgo de adicción, y por eso ignora las advertencias sobre los opiáceos por considerarlas irrelevantes para sus vidas.
- Es mucho más probable que logremos que la gente nos escuche y cambie su comportamiento si apelamos a sus motivaciones, en lugar de sus miedos. De esta manera, activamos sus deseos de tener el control de su salud, manejar el dolor de forma segura, descansar y recuperarse.
- Las siguientes son recomendaciones clave para crear mensajes que puede usar al elaborar materiales para prevenir el consumo de opiáceos.

27. Establecer conexiones

- Como el dolor es algo tan personal, la gente necesita ver y escuchar a gente como ellos, con quienes se pueda identificar, para sentir que su experiencia personal importa y que su dolor se toma en serio.
- Validar las experiencias de la gente y reflejar sus emociones y sus creencias crea una conexión y los ayuda a estar más abiertos a recibir información sobre el manejo del dolor.

28. Creación de mensajes: cómo hablar sobre el dolor

- Definir el dolor agudo y encuadrar los objetivos del manejo del dolor. Es importante ayudar a las audiencias a identificar el tipo de dolor al que nos referimos: el dolor grave de corto plazo por una lesión o cirugía.
- Debemos cambiar el objetivo del manejo del dolor de "no sentir dolor" a "tratar el dolor", "manejar el dolor" y "ayudar a la recuperación y curación".

29. Creación de mensajes: cómo definir "opiáceos"

- Mucha gente tiene un concepto limitado o equivocado de los opiáceos.
- Es fundamental definir con claridad el término "opiáceos" como "analgésicos narcóticos".
- También es útil incluir ejemplos de marcas que las audiencias probablemente conozcan.

30. Creación de mensajes: cómo cambiar las ideas equivocadas sobre los riesgos

- Enfatizar el riesgo de dependencia física y efectos secundarios graves en lugar de la adicción y la sobredosis porque la gente no cree que esté en riesgo de sufrir adicción.
- En nuestra investigación, la frase más efectiva que hallamos fue "Su cuerpo puede volverse dependiente de los opiáceos recetados en solo tres días".

31. Creación de mensajes: cómo hacer que las otras opciones sean creíbles

- Concientizar sobre las opciones sin opiáceos que satisfacen las necesidades de descanso y recuperación de la gente de manera creíble.
- Ofrecer opciones sin opiáceos claras, concretas y comprobadas es sumamente efectivo para motivar a la gente a contemplar otros enfoques, en especial cuando ven que sus necesidades de recuperación holística se satisfacen.

32. Creación de mensajes: cómo reducir el escepticismo

- La gente necesita ver a los proveedores como sus socios en la toma de decisiones sobre la salud.
- Es importante mostrar cómo es hacer preguntas, con ejemplos concretos de los tipos de preguntas e interacciones que la gente puede tener con sus proveedores.
- Compartir historias de personas con quienes las audiencias se puedan identificar y que puedan mostrar el cambio de comportamiento y actitud que queremos fomentar puede ser una forma efectiva de satisfacer esta necesidad.

33. Creación de mensajes: dar a la gente el apoyo y las herramientas necesarias para elaborar un plan.

- Cuando la gente siente dolor, a muchos les cuesta recordar qué preguntas hacer a su proveedor.
- Brindarles un plan antes de una cirugía y una guía de preguntas para hacer en su cita médica les da autonomía en su camino hacia la recuperación.

34. La campaña "Cómo manejar el dolor"

- La campaña "Cómo manejar el dolor" se lanzó en el verano de 2019.
- La campaña incluyó mensajes pagados en los medios que se centran en las experiencias de vida de personas diversas de todo el estado.
- Se asoció con tribus y grupos comunitarios para promover la campaña y brindarles apoyo a su labor actual en el terreno.

35. Objetivo de la campaña

- Como recordatorio, esta campaña está diseñada para brindar apoyo y herramientas para que los residentes de Oregon busquen opciones seguras y efectivas para recuperarse.

36. El dolor y mi plan

- La pieza central de la campaña "Cómo manejar el dolor" es una herramienta sencilla para pacientes llamada "El dolor y mi plan".
- Ofrece información comprobada en investigaciones acerca del dolor, los opiáceos recetados y las opciones para manejar el dolor, además de preguntas que la gente puede hacer a su médico y una plantilla para crear un plan.
- Los participantes en la investigación indicaron que esta herramienta les dio seguridad para hacer preguntas a su médico y que probablemente en el futuro pedirán una opción sin opiáceos.
- La herramienta "El dolor y mi plan" está disponible en 11 idiomas y puede descargarse en www.comomanejareldolor.org/herramientas.

37. Herramientas para socios

- Se puede descargar el Paquete para la prevención del consumo de opiáceos (Opioid Prevention Toolkit) completo, con un análisis exhaustivo de nuestra investigación cualitativa y cuantitativa y una gran gama de herramientas, recursos y estrategias para hablar con las audiencias sobre los opiáceos, en www.comomanejareldolor.org/herramientas.
- Para conocer más sobre la campaña "Cómo manejar el dolor", visite www.comomanejareldolor.org