

HOJA INFORMATIVA SOBRE LA CAMPAÑA *Rx* AWARENESS DE LOS CDC

Educando a las personas en los Estados Unidos sobre los riesgos de los opioides recetados

Entre el 1999 y 2018,
murieron más de
232 000 personas en los
Estados Unidos a
causa de sobredosis de
opioides recetados.¹



Foto de Jamiann, una nativa de Alaska que compartió su historia a través de la campaña

El enfoque

La campaña *Rx Awareness* de los CDC comparte las historias reales de personas cuyas vidas se vieron afectadas por opioides recetados. Los objetivos de la campaña son:

- Aumentar la concientización de que los opioides recetados pueden ser adictivos y peligrosos
- Disminuir el uso indebido de los opioides recetados
- Aumentar el número de pacientes que buscan opciones para manejar el dolor sin opioides
- Aumentar la concientización sobre la recuperación y reducir el estigma

Los CDC desarrollaron una serie de videos (disponibles solamente en inglés) como eje fundamental de la campaña, con personas que viven en recuperación del trastorno por el uso de opioides, así como miembros de familias que han perdido a alguien por sobredosis de opioides recetados. Los testimonios proporcionan relatos emotivos de la vida real para ayudar a que otros sean conscientes de los riesgos y peligros de los opioides recetados.

La campaña *Rx Awareness* se lanzó en el 2017 con el objetivo de llegar a personas de entre 25 y 54 años que han tomado opioides al menos una vez por razones médicas o no médicas. Esta audiencia se determinó en base a datos de vigilancia que indicaron que este rango de edad tenía la tasa más alta de mortalidad por sobredosis de opioides. En el 2018, en base a los resultados de la evaluación, la campaña comenzó un esfuerzo para expandir e incluir más historias que reflejen segmentos dentro de la audiencia de entre 25 y 54 años, incluidos adultos jóvenes (de 25 a 34 años), adultos mayores (de 45 a 54 años), mujeres embarazadas, veteranos, e indoamericanos y nativos de Alaska.

La situación

El Centro Nacional para la Prevención y el Control de Lesiones de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés), junto con otras agencias federales, priorizó crear conciencia de que los opioides recetados pueden ser adictivos y peligrosos. Para lograr este objetivo, era importante desarrollar una campaña de comunicación que fuera en base a la evidencia, que fuera orientada a la audiencia y que resonara con aquellos que están en riesgo de uso indebido de opioides recetados y de sobredosis.

MATERIALES DE LA CAMPAÑA

FORMATO DIGITAL

- Videos de testimonios de 15 y 30 segundos
- Videos de testimonios en versión larga
- Anuncios publicitarios para web
- Anuncios de búsqueda en línea
- Videos de 6 segundos
- Anuncios para las redes sociales

SITIO WEB DE LA CAMPAÑA

- cdc.gov/RxAwareness

ANUNCIOS DE RADIO

- Anuncios de 30 segundos

MATERIALES PARA LA CALLE

- Vallas publicitarias
- Anuncios en periódicos
- Postales (disponibles en español)
- Carteles

NOTA: Estos materiales están disponibles en inglés



Centers for Disease
Control and Prevention
National Center for Injury
Prevention and Control

Si tiene dificultad con los opioides recetados, hay esperanza. La recuperación es posible.



Gráfica de la campaña *Rx Awareness* que muestra algunas de las personas que compartieron sus historias (en inglés): Tele, David, Tessa y Britton

Los estudios demostraron que los mensajes de la campaña deben evolucionar para ser positivos, empoderar y dar esperanza. Por esta razón, se desarrollaron nuevos materiales de la campaña para llevar el mensaje que la recuperación es posible.

Alcance de la campaña

En diciembre de 2016, los CDC llevaron a cabo un programa piloto que implementó la campaña *Rx Awareness* durante 14 semanas en nueve condados con alta incidencia de cuatro estados. Los CDC basaron esta selección en criterios tales como alcance, la preparación de los participantes para implementar una campaña y el nivel de interés. En el 2017, la campaña se lanzó en 16 condados adicionales de cuatro estados. Durante el verano de 2020, se lanzó un nuevo paquete de materiales de la campaña en mercados específicos dentro de Utah, Virginia Occidental, Nuevo México y Alaska que incluyen historias de personas que reflejan los segmentos de audiencia prioritarios.

El éxito de la campaña *Rx Awareness* depende de los esfuerzos de las organizaciones estatales, locales y tribales que extienden el alcance de la campaña como parte de sus esfuerzos para la prevención de sobredosis de drogas. Esta campaña fue diseñada tomando en cuenta estas organizaciones e incluye materiales prefabricados y probados que los socios financiados por los CDC pueden personalizar para uso local.

Hallazgos generales

La campaña *Rx Awareness* ha llegado a cientos de millones de personas en todo el país. Las evaluaciones mostraron que después de ver o escuchar los mensajes de la campaña:

- El sesenta y ocho por ciento de las personas indicaron que tienen la intención de pedirle a su médico alternativas a los opioides recetados, si es necesario
- El setenta y cuatro por ciento de las personas indicaron que planean evitar tomar opioides recetados por razones médicas y/o recreativas

Los resultados a lo largo de estos esfuerzos de investigación sugieren que los mensajes de la campaña tienen el potencial de no solo afectar la concientización y el conocimiento, sino también influir en las acciones.

MENSAJES CON IMPACTO

Los CDC realizaron una encuesta a las audiencias expuestas a los mensajes de la campaña. Entre el 83 y 89 por ciento opinaron que estos anuncios son efectivos. Las audiencias también pensaron que la campaña era:

CREÍBLE 84%

SIGNIFICATIVA 78%

INFORMATIVA 78%

MEMORABLE 75%

CONVINCENTE 73%

Esta campaña de salud pública de los CDC incluye muchos otros materiales, como un sitio web de la campaña, recursos dirigidos al paciente y herramientas para proveedores disponibles en cdc.gov/RxAwareness (en inglés).