



Comunicação Externa

Preparando-se para uma melhor comunicação com as comunidades

Sara Ferraz

Consultora Internacional OPS

Unidade de Gestão de Ameaças Infecciosas

Departamento de Emergências em Saúde PHE/IHM

OPS



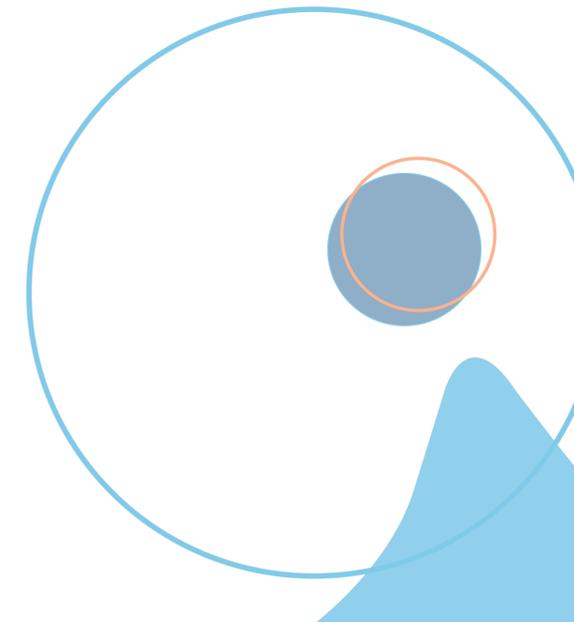
Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas

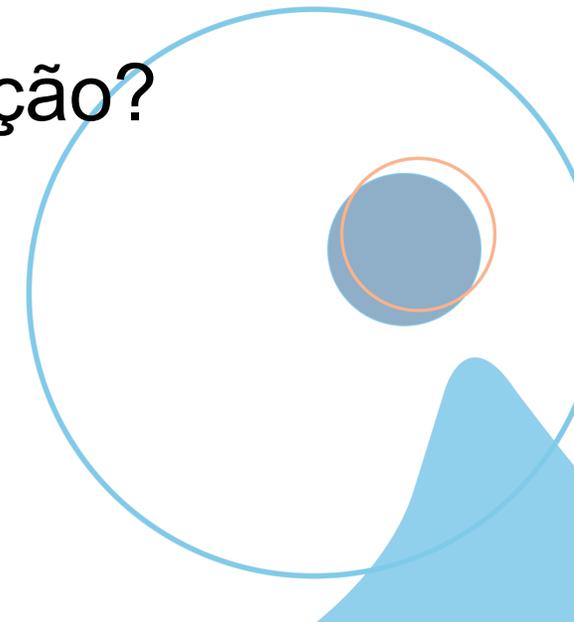
Os elementos práticos para a comunicação externa no plano de comunicação de risco

1. Definição de atores
2. Definição de responsabilidades
3. Definição de coordenação
4. Definição do fluxo da informação



O que significa o SOCO?

1. **S**ingle **O**verarching **C**ommunications **O**utcome significa:
Resultado Global Único de Comunicação.
2. Qual mudança quero gerar com minha mensagem?
3. Qual é o resultado esperado de minha comunicação?

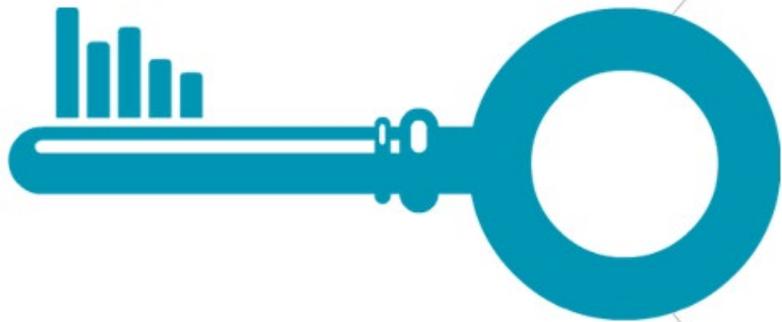




Aspectos importantes a serem considerados para o desenvolvimento do SOCO



Enfrentar os dois principais desafios para a mudança de comportamento na comunidade



- Dizer para as pessoas o que fazer, ainda que seja científico, **nem sempre funciona**. Fazê-los participar é mais efetivo.
- As pessoas vivem **em contextos socioculturais únicos**, com dinâmicas de relação e **sua própria percepção dos riscos**. As fontes confiáveis de assessoria influirão se elas aceitam conselhos de saúde ou não.

Criar confiança e relação

Por que criar confiança na comunidade é um papel do profissional da saúde?

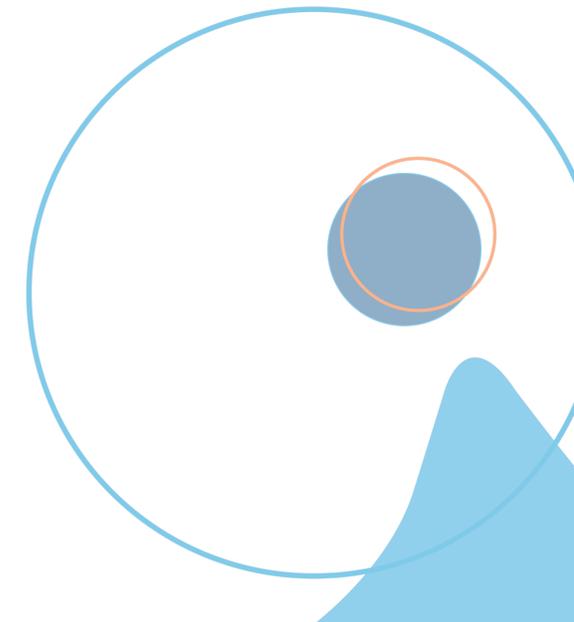
1. Estabelecer comunicação na rotina facilita o processo durante uma emergência de saúde pública
2. Estabelecer canais de comunicação confiáveis para que eles já existam antes da emergência.
3. Implementar mecanismos sustentáveis dentro do próprio serviço de saúde para retroalimentação e escuta social



Análise do público



| | SOCO | |
|------------------|----------------------|---------------------|
| Investir energia | Resistentes ativos | Apoiadores ativos |
| | Resistentes passivos | Apoiadores passivos |
| | O interesse comum | |

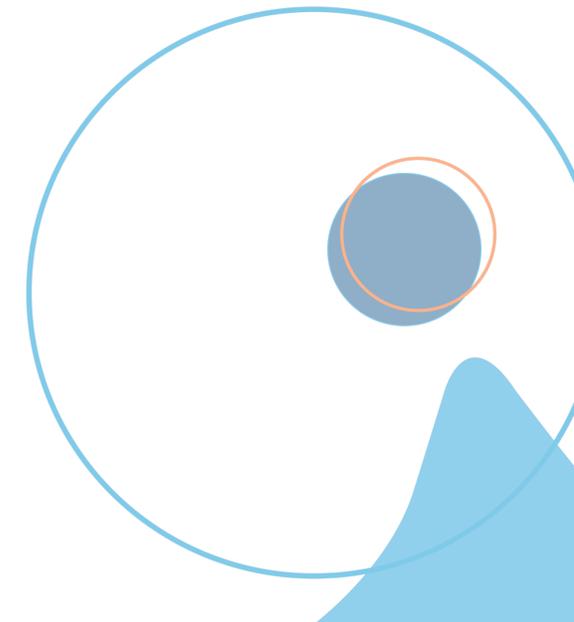
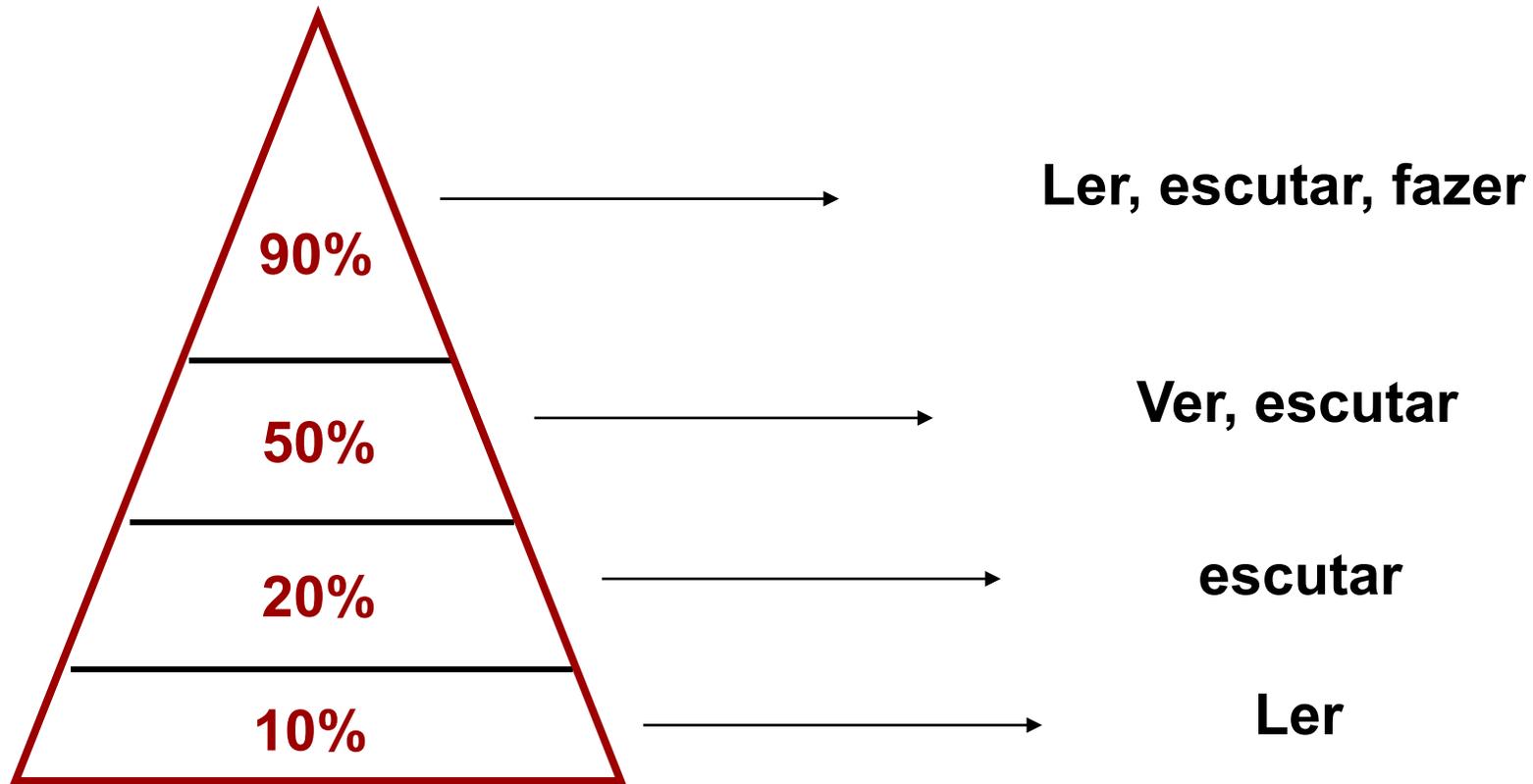


Análise do público

| | |
|--|---|
| <p>Resistência ativa Monitorar o que dizem e quem os escuta. Ignorar se não são influentes Confrontar se sua influência é significativa Neutralizar</p> | <p>Apoio ativo Fornecer informação Agradecer por suas contribuições Deixar defender sua causa</p> |
| <p>Resistência passiva <i>Informar ou ignorar</i> <i>Obter massa crítica de apoiadores ativos para influir neste grupo</i></p> | <p>Apoio passivo <i>Educar, informar, motivar</i> <i>Energizá-los ao conseguir a participação dos apoiadores ativos que admiram.</i></p> |

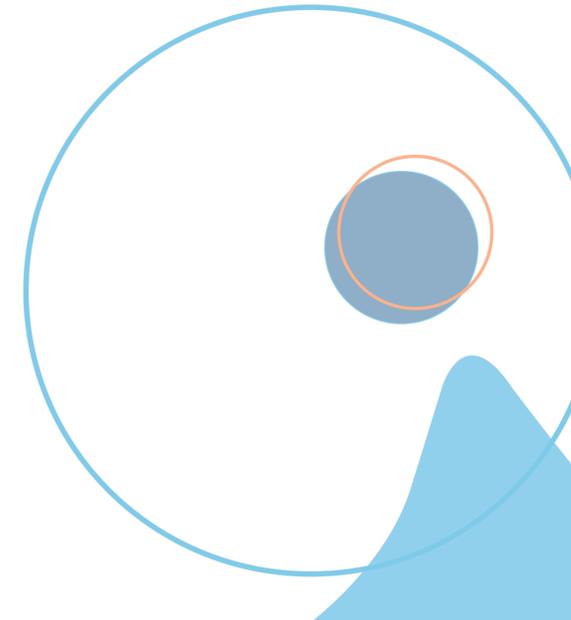


Como as pessoas retêm mais informação



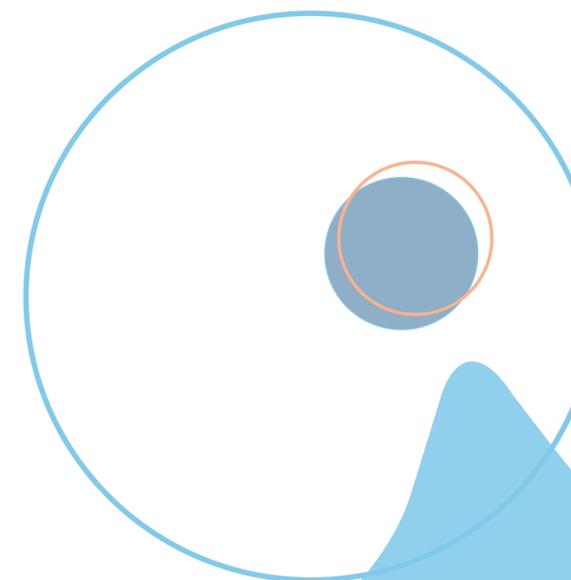
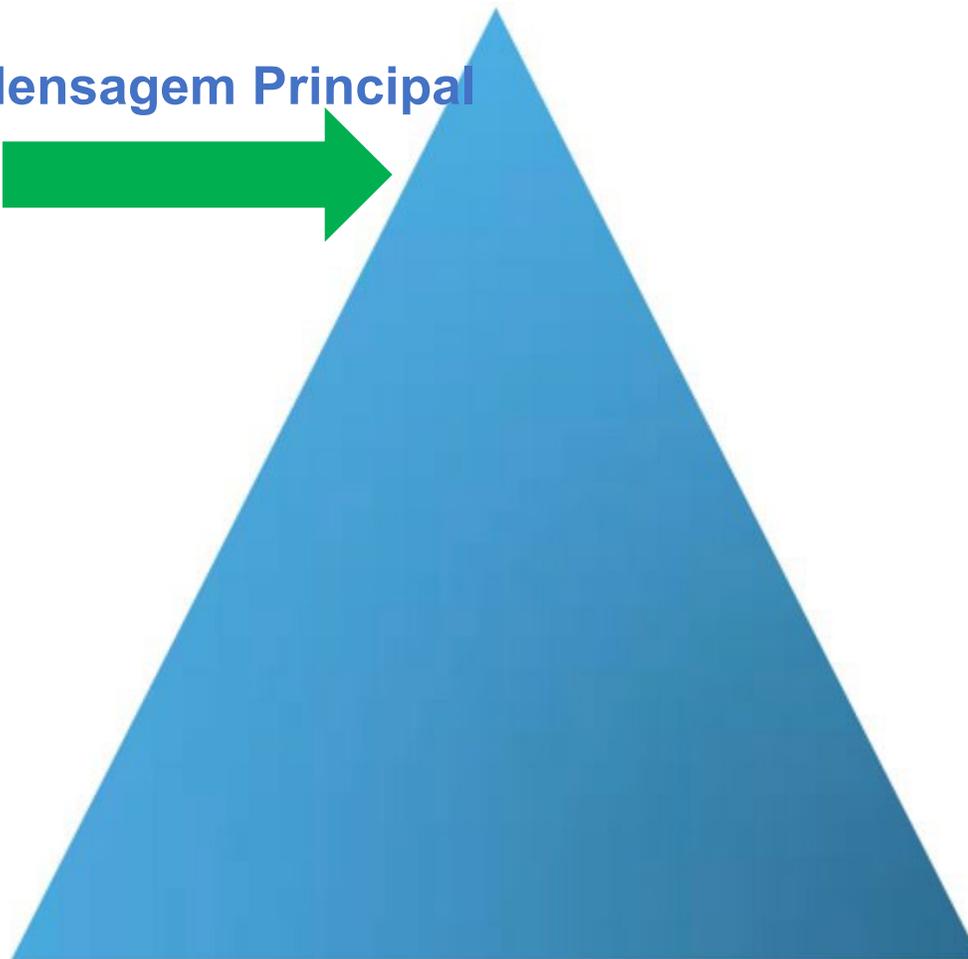
Cientistas e especialistas falam desta maneira

Mensagem Principal



Vá direto ao ponto!

Mensagem Principal



Estratégias para uma participação comunitária eficaz

Ajude a criar um estado receptivo



Crie outros canais para a comunicação

Escute primeiro as preocupações e percepções para gerar confiança e poder fazer recomendações

Estratégias para uma participação comunitária eficaz

Ajude a criar um estado receptivo

1. Pergunte o que gostariam de saber sobre as vacinas ou sobre o evento de saúde

1. Tente escutar o que dizem e não se apresse para obter respostas

Crie outros canais para a comunicação

Escute primeiro as preocupações e percepções para gerar confiança e poder fazer recomendações

Estratégias para uma participação comunitária eficaz

Ajude a criar um estado receptivo

1. Redes sociais, círculos de conversação, rádios comunitárias, comunidade onde você mora.

Crie outros canais para a comunicação

2. Mecanismos de escuta e atualização da comunidade nos postos e centros de saúde

Escute primeiro as preocupações e percepções para gerar confiança e poder fazer recomendações

Estratégias para uma participação comunitária eficaz

Ajude a criar um estado receptivo

1. **Elabore mensagens que respondam às perguntas.**
2. **Compartilhe com a comunidade para comprovar se as mensagens são claras ou se há necessidade de fazer mudanças.**

Crie outros canais para a comunicação

Escute primeiro as preocupações e percepções para gerar confiança e poder fazer recomendações

Desenvolvendo o SOCO para mudar comportamentos

1. Qual é o seu **problema**?
2. Por que você quer se concentrar nesse problema?
3. **Por que agora**?
4. Quem necessita mudar seu comportamento (**público objetivo**)?
5. **Qual mudança (ou resultado) você** quer ver como resultado de sua comunicação?

(ESSE É SEU SOCO)



Desenvolvendo o SOCO

5. Você deve se expressar sob a perspectiva de seu público.
6. Você deve ser realista sobre o que é possível fazer
7. Deve ser o ponto principal de sua mensagem de comunicação
8. O SOCO de sua mensagem somente é definido depois de considerar a necessidade e o perfil de seu público.





Para levar em conta ao elaborar a mensagem!



Evite!

1. Termos muito técnicos
2. Comunicação baseada no medo: imagens sensacionalistas, pessoas mortas, hospitais cheios, etc.
3. Mensagem negativa! - Nosso cérebro tende a registrar o contrário. Seja direto na mensagem



Lembre-se!

1. Informação sobre pessoa, tempo e lugar.
2. O que pode ser feito ou o que está sendo feito?
3. Não se comprometa antes de entrar em acordo com as autoridades e envolver os meios de comunicação locais.
4. Promova a ação. Defina sua mensagem.
5. Reforce o comportamento positivo!
6. Você tem um papel fundamental na comunicação em saúde.



OPS 120

ANIVERSARIO

GRACIAS!
THANKS!
OBRIGADA!



OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas