

Interação com a imprensa

Objetivos

-  **Explicar a importância de desenvolver e ter uma estratégia de comunicação de riscos para o controle e a resposta a surtos**
-  **Explicar o papel da mídia na resposta a uma emergência de saúde pública**
-  **Analizar as formas de lidar com a imprensa nesse contexto**

Conteúdo



Importância da informação durante um surto ou emergência



Percepção de risco



Principais ações de comunicação durante uma crise



Estratégias de comunicação de riscos



Padrões de comunicação de acordo com a OMS



Tratamento da imprensa em cenários de surtos e outras emergências

Importância da informação durante um surto ou emergência

Em uma emergência de saúde pública, o que a população precisa?

INFORMAÇÕES

- O que aconteceu e/ou o que pode acontecer?
- Que outros riscos podem ser gerados?
- O que devo fazer para proteger minha vida e a vida de minha família?



i

O setor de saúde precisa



Tomar decisões para uma resposta adequada



Coordenar com outras instituições e setores



Comunicar-se com a comunidade:

- Informar sobre a situação e as principais ações
- Fornecer informações para tranquilizar a população
- Envolver a população na resposta

Risco real vs. risco percebido

- Os riscos que matam pessoas e os riscos que alarmam pessoas são diferentes

(Covello V, Sandman PM, *Risk communication evolution and Revolution*. 2001)

- As pessoas respondem apenas aos riscos que percebem

(Slovic P. Fischhoff B., Lichstenstein S. *Facts and Fears: understanding perceived risk*. 1980)



Percepção de risco



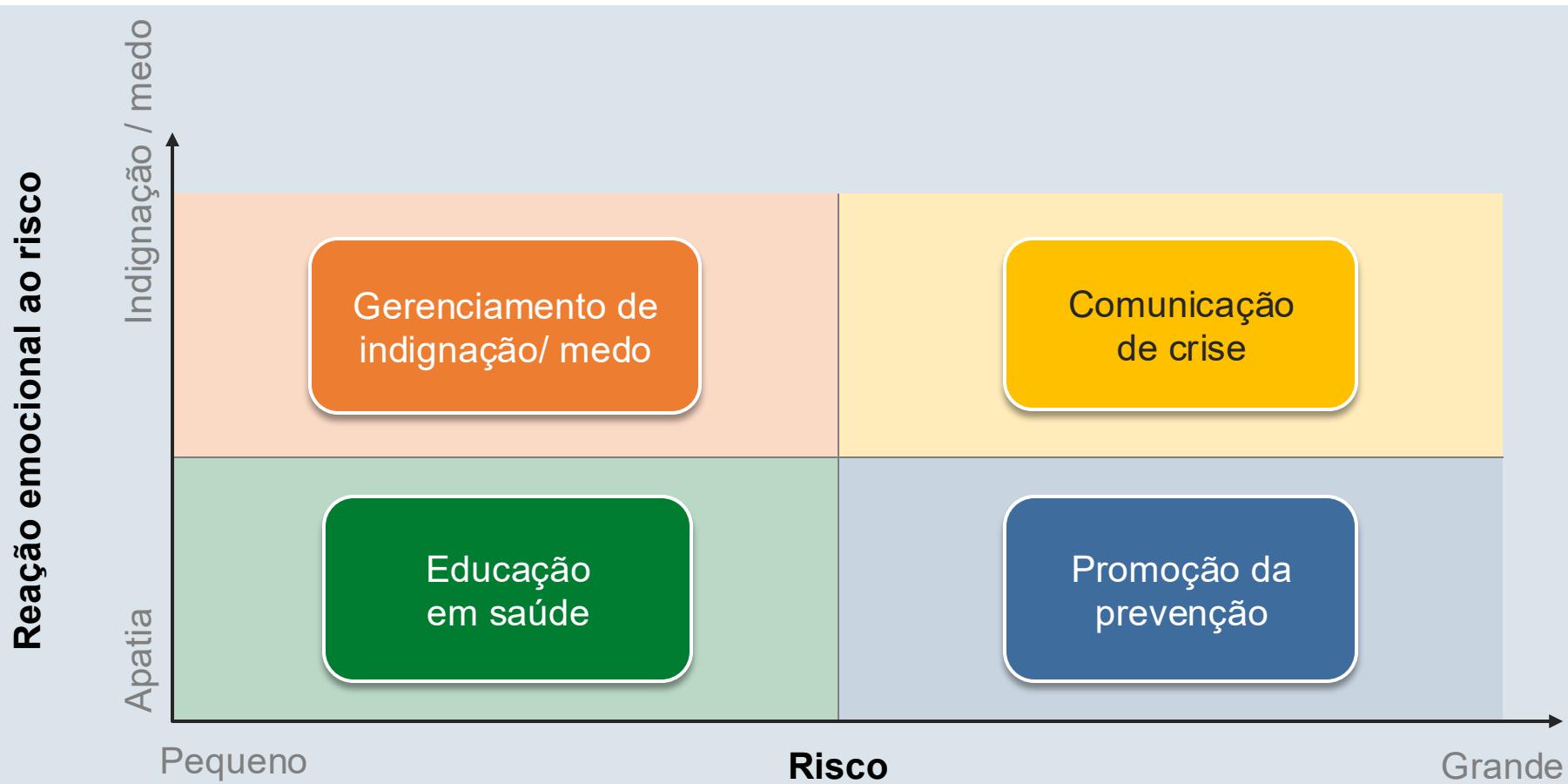
A percepção influencia a estimativa de risco



A percepção de risco é influenciada por:

- experiências vividas
- valores individuais e sociais
- conhecimento
- possibilidades de controle da situação
- características e causas do risco

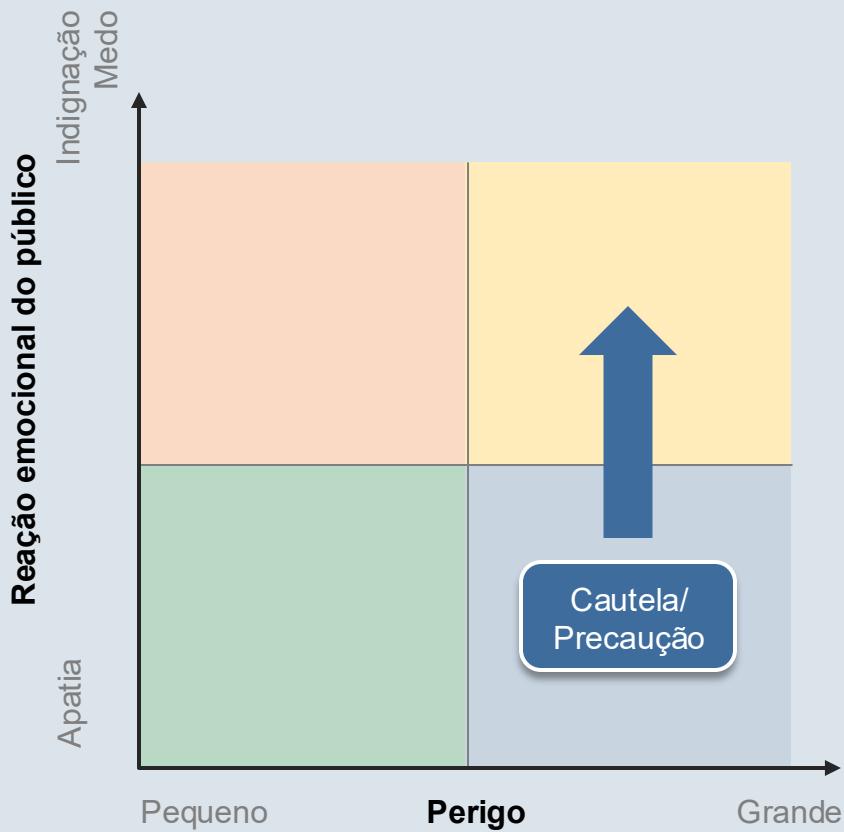
Modelo de percepção de risco (Sandman, PM)



Perigo alto e baixa percepção de risco

(Cuidado com a possibilidade de algo ruim acontecer)

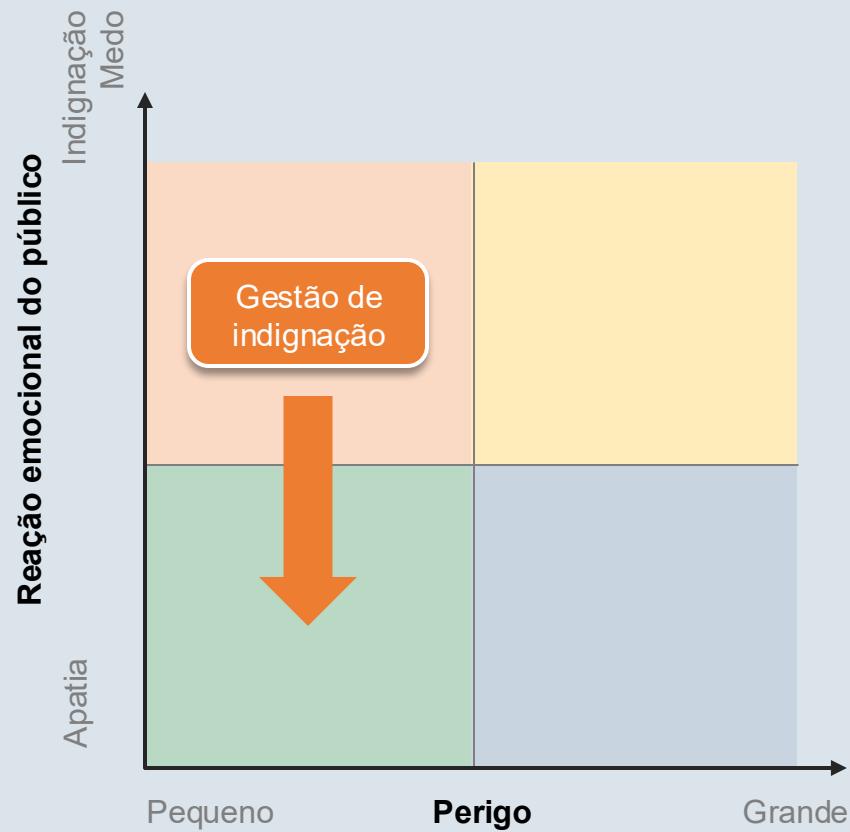
- Aumentar a percepção de risco da população, com mensagens importantes.
- Provocar reação emocional e indignação do público, a fim de que chegue a ter o mesmo grau de preocupação (mas não mais) e tome providências.
- Incentivar a população a agir para evitar crises secundárias causadas por esse risco.
- Não usar estratégias alarmistas.



Perigo baixo e percepção de risco alta

(Vamos examinar com calma)

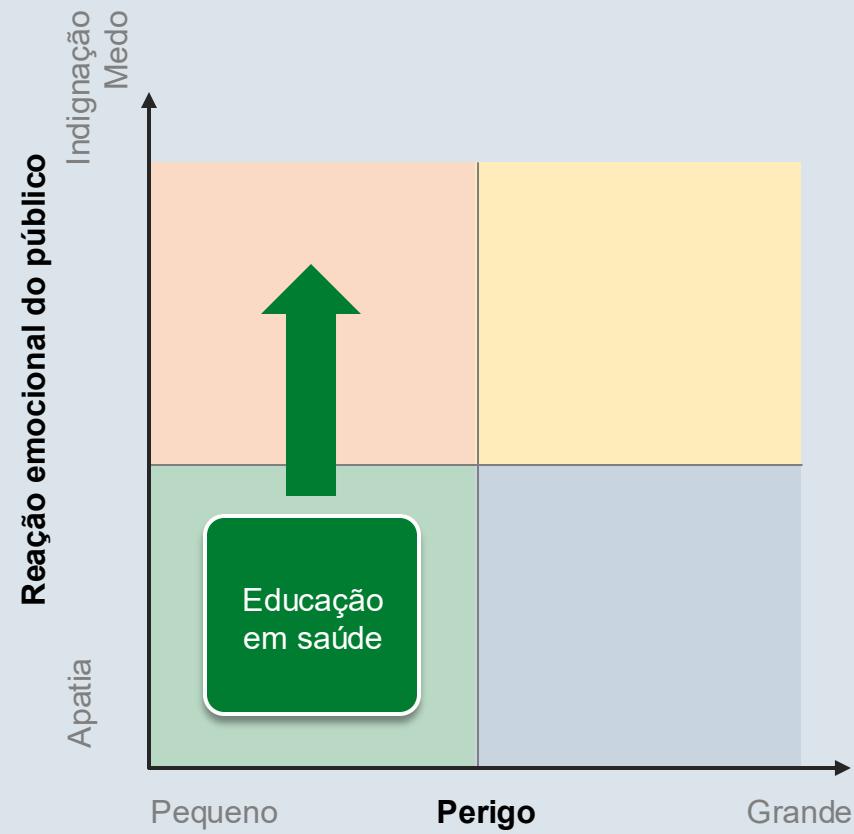
- É importante reduzir a percepção de risco:
 - Escutar
 - Manter um diálogo constante
 - Fornecer informações de maneira respeitosa
 - Fornecer fatos e evidências científicas
 - Explicar o perigo real
 - Reconher os erros
 - Compartilhar o controle da instituição sobre o evento adverso



Perigo moderado e percepção de risco moderada

(Estar atentos)

- Monitorar a comunicação para detectar e lidar com a indignação imediatamente (antes que a situação passe para o gerenciamento da indignação).
- Manter o envolvimento do público e das partes interessadas nas ações em andamento.
- Responder a perguntas e preocupações do público e explicar detalhes técnicos da situação.



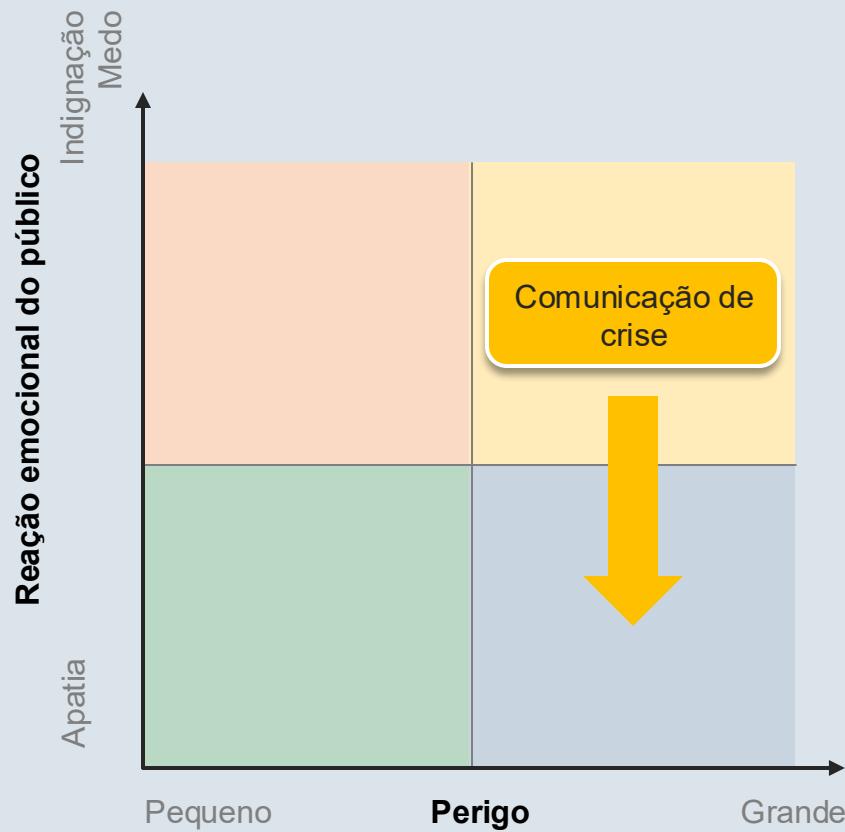
Perigo alto e percepção de risco alta

(Comunicação de crise)

- Evitar o excesso de confiança
- Demonstrar humanidade e empatia
- Divulgar mensagens orientadas para a ação
- NÃO tranquilizar a população de forma exagerada

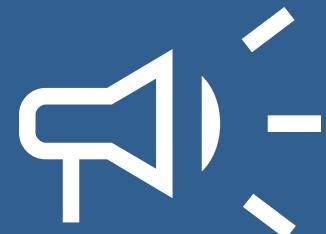
Usar uma combinação de métodos:
mobilização social, mídia social, mídia de massa...

Diretrizes de comunicação de surtos da OMS



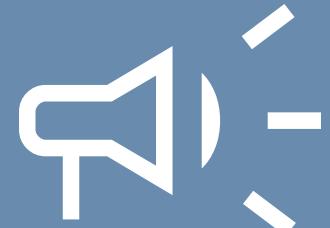
Qual é o objetivo da comunicação durante uma crise?

- Fornecer informações para que a população possa tomar as melhores decisões possíveis durante uma crise.**



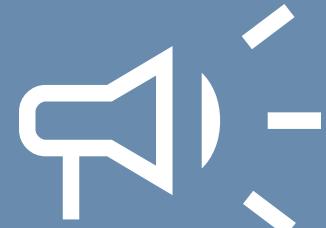
Principais ações de comunicação durante uma crise

- Fornecer informações claras sobre a situação, os possíveis riscos e as medidas para lidar com eles
- Fornecer informações sobre ações de resposta atuais e futuras
- Manter a confiança do público, respondendo prontamente e de forma positiva às perguntas
- Atender às necessidades da mídia
- Abordar os rumores

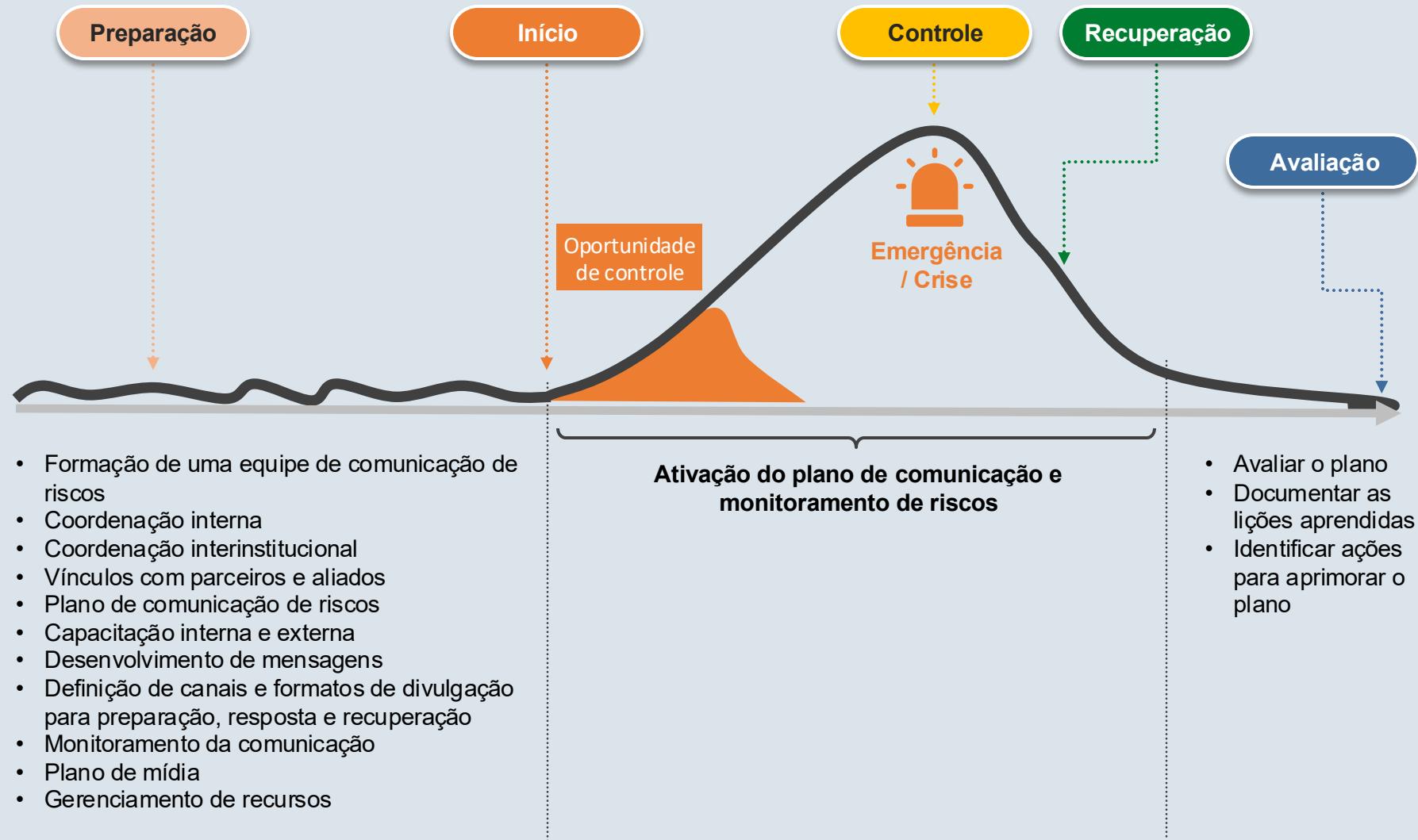


Principais ações de comunicação durante a crise

- Investigar o que a população pensa e acredita (percepção de risco)
- Ativar a vigilância das comunicações
- Criar um canal para que o público compartilhe suas opiniões, como uma linha direta, um site, etc.



Estratégia de comunicação de riscos



Estratégia de comunicação de riscos



Planejar:

- O que
- Como
- Quem
- A quem comunicar



Parte dos planos de gerenciamento de riscos



Trabalha em:

- preparativos
- resposta
- recuperação



Dentro da instituição e com outras instituições



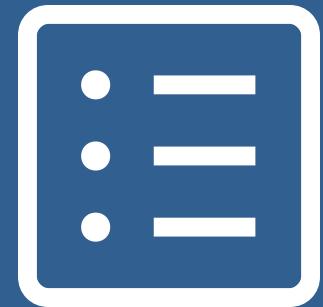
Inclusões:

- informações públicas
- mobilização
- participação social

Padrões de notificação de surtos da OMS

1. Anúncio antecipado
2. Confiança
3. Transparência
4. Ouvir as preocupações e necessidades da população
5. Planejamento

- Foram adotados em setembro de 2004, após um longo processo de consulta.
- Eles apóiam a resposta frente a surtos ou epidemias.
- Oferece às autoridades mais credibilidade e oportunidade de controlar as emergências.



Anúncio oportuno



Anúncio oportuno



Estabelece a confiança



Os anúncios oportunos estabelecem um padrão de confiança e liderança



A falta de informações não é um argumento para adiar o anúncio



Explicar que as informações podem mudar à medida que mais detalhes estiverem disponíveis



Evita rumores e desinformações e O QUE PODE SALVAR VIDAS: orientação e medidas para lidar com os impactos na saúde



Informar o que é conhecido, o que não é conhecido e o que está sendo feito para descobrir

Manter ou restaurar a confiança



Quando as pessoas não confiam naqueles que deveriam protegê-las, elas se tornam mais temerosas e menos propensas a adotar ou seguir as medidas recomendadas



A confiança na transparência e na veracidade das autoridades reduz a ansiedade do público



A confiança nas instituições precisa ser construída antes do surgimento de uma emergência de saúde pública

Como comunicar confiança?

Prepare mensagens que:



Mencionem fontes
confiáveis com
informações adicionais



Mostre suas
conquistas



Indiquem
conformidade
com os mais
altos padrões
profissionais,
científicos e
éticos



Indicam uma
disposição para
assumir
responsabilidades

Transparência



Mostra o "processo" de tomada de decisões.
Trabalha com respostas e soluções.



A transparência está relacionada a: qualidade, veracidade e clareza das informações divulgadas.

Transparência na prática

Como você decide se as informações devem ou não ser tornadas públicas?



1.

Você pode ajudar a comunidade afetada a se proteger?



2.

É relevante para as decisões tomadas pelas autoridades de saúde e para o processo de tomada de decisão no gerenciamento de emergências?

Considere modificar ou reter informações se:



1.

Estigmatiza uma pessoa ou um grupo



2.

Infringe as leis de privacidade ou as políticas de confidencialidade existentes

Ouvir as preocupações e as necessidades da população



É impossível criar mensagens bem-sucedidas que preencham a lacuna entre os especialistas e o público sem saber o que as pessoas pensam e sentem, e com o que os diferentes públicos estão preocupados, mesmo que suas preocupações não sejam científicas ou sejam infundadas.



A comunicação de riscos é um diálogo que busca entender e responder às preocupações da população.

4

Ouvir as preocupações e necessidades da população



1.

Obter informações de diferentes públicos (pessoas em risco, mídia, pesquisadores, líderes comunitários)



2.

Discutir preocupações e necessidades com parceiros, especialistas e autoridades



3.

Integrar as preocupações do público às mensagens



4.

Monitoramento e avaliação

Planeje com antecedência

O planejamento é essencial para uma comunicação eficaz



A comunicação de riscos deve ser incorporada ao planejamento das estratégias nacionais de gerenciamento de riscos.



A comunicação eficaz não é um complemento de última hora para o anúncio de decisões. As autoridades e os profissionais de saúde devem entrar em acordo sobre as questões dos primeiros anúncios, limites de transparência e outros componentes da comunicação antes da ocorrência de uma crise.

Manejo da imprensa em cenários de surtos e outras emergências

Por que nos relacionamos com a mídia?

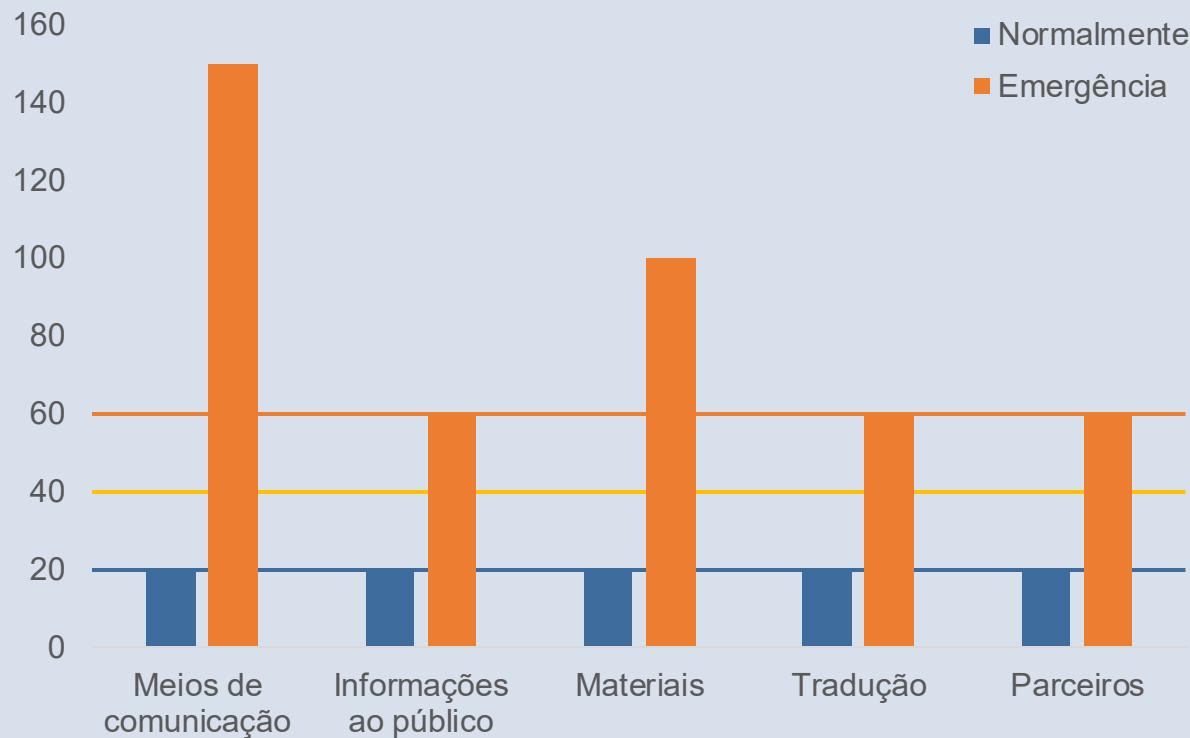
- Para alcançar mais pessoas com nossas mensagens
- Para alcançar mais pessoas de forma econômica e atraente
- Para aumentar a confiança no que fazemos e no que dizemos
- Para informar e educar
- Para obter apoio (quando necessário)



Por que é importante trabalhar com a mídia de massa?



Demanda de comunicação para emergências*



* Pesquisa de comunicação e pessoal médico: SARS, Vietnã, 2003; Influenza aviária humana, Tailândia, 2004; Reintrodução do poliovírus selvagem, Indonésia, 2005; Influenza aviária na Romênia, 2006; Influenza aviária humana, Azerbaijão, 2006; Influenza aviária humana, Turquia, 2006; Ebola, RDC, 2007; Dengue, Uruguai, 2007; Vacina derivada do poliovírus, Nigéria, 2007.

Discrepâncias entre as instituições e a mídia

O que as instituições estão esperando?	O que as instituições recebem?
<ul style="list-style-type: none">• Ter a mídia como parceira e apoiadora• Que a mídia sirva como "amplificadores" fiéis de suas mensagens	<ul style="list-style-type: none">• A mídia é um observador crítico• A mídia é seletiva, às vezes não interpreta as mensagens dessa maneira e elas podem ser transmitidas de forma distorcida

Discrepâncias entre as instituições e a mídia

O que os gerentes de desastres esperam?	O que eles recebem?
<ul style="list-style-type: none">• A mídia deve refletir com precisão a realidade• A mídia precisa divulgar relatórios uniformes sobre a situação e divulgar apenas as recomendações de “fontes oficiais”	<ul style="list-style-type: none">• A mídia (às vezes) constrói sua própria realidade• A mídia não encontra porta-vozes oficiais e faz recomendações que vêm de fontes diferentes, às vezes incompetentes e contraditórias

Qual é a origem desses problemas?

- Profunda ignorância mútua: instituições - mídia.
- As organizações não estão suficientemente preparadas para trabalhar com a mídia: grandes deficiências em termos de recursos de comunicação.



Como são os jornalistas?



Pessoas como nós



Trabalham sob pressão



Tentam chegar ao fim do dia



São curiosos



Tentam encontrar uma manchete interessante

A vida de um jornalista hoje

- Geralmente abrange mais de uma área
- Escreve para mais de um tipo de mídia (jornal/rádio/TV) e também para redes sociais
- Está em um ciclo de produção de informações/redes sociais 24 horas por dia, 7 dias por semana
- É bombardeado com comunicados à imprensa, avisos à mídia, declarações (com poucas notícias)
- Compete por credibilidade



O que é notícia para eles?



Algum assunto que tem o poder de **capturar a atenção** de seus leitores



Seja interessante para uma **grande parte de seu público**



Seja **objetivamente relevante**



Seja confiável



Seja **novo e atualizado**

O que um jornalista quer?



Números,
números,
números (que
sejam “atuais” e
“confiáveis”)



O que é novo,
o que é
inesperado,
surpreendente
ou contrário à
“tendência”



Ter sua
chamada
atendida
rapidamente e
falar com um
porta-voz “na
hora”



A polêmica

Conheça a mídia!



Seus tempos
são sempre
“AGORA”,
neste instante.



Seu principal
objetivo é
INFORMAR
e apresentar
a situação.



Eles estão
sempre
buscando
dados,
números e
atualizações.



Eles
raramente
perguntam
sobre medidas
preventivas.
**Você precisa
incluir-las.**



Eles podem
ser grandes
aliados ou
grandes
críticos.

O papel dos porta-vozes

- Eles comunicam informações que o público **quer ou precisa saber**
- **Eles dão visibilidade** à organização à qual pertencem
- Eles geram **confiança e credibilidade** em nossa organização e em nosso trabalho



Preparação para as entrevistas

- Qual é a linha de questionamento?
- Quem é o jornalista e qual é o seu público?
- Eles são informados e já criticaram seu trabalho antes?
- É uma entrevista que devo aceitar?
- **QUAIS SÃO SUAS MENSAGENS?**



Preparando-se para enfrentar a mídia: MENSAGENS-CHAVE



Defina o ponto focal/ mudança ou resultado que você deseja alcançar



Escreva três pontos-chave que você gostaria que a população conhecesse e descreva-os:

1. Relevante para o problema
2. Com a solução
3. Resposta da instituição



Escreva três argumentos de apoio para cada ponto:

1. Exemplos concretos
2. Fatos ou estatísticas
3. Histórias pessoais

Para cada um - 2 a 3 argumentos

O problema

- Fatos, dados
- E então?

A solução

- O que deve ser feito?
- Ações concretas

A resposta

- O que a OPS está fazendo?
- O que os outros estão fazendo?

Chamada para ação

Desenvolvimento de mensagens em emergências



Essas mensagens são compreendidas?

- Evite jargões e linguagem técnica



São mensagens completas, honestas e abertas?

- Reconhecem o incerto, os erros, o que não é conhecido
- Não especulam



Essas mensagens respeitam as preocupações?

- Preocupação com sua saúde, com a justiça e com seu futuro



São mensagens sensíveis de práticas culturais?



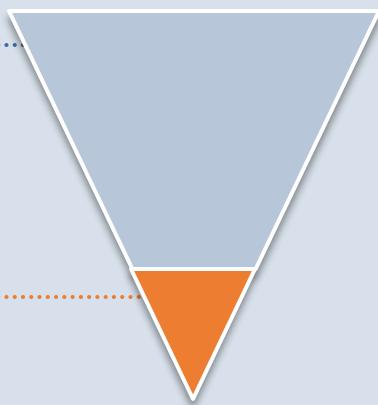
Expressam empatia com as vítimas?

O ponto focal

Os especialistas falam o seguinte

Explicação longa,
abrangente e
lógica

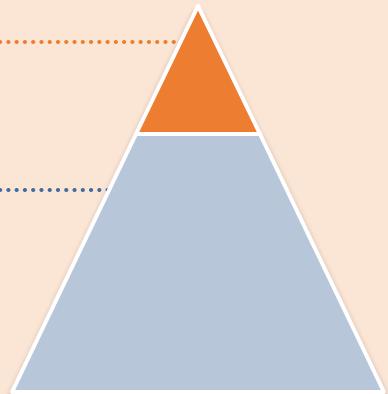
Ponto central



As pessoas ouvem assim

Ponto central

As razões ou
explicações
vêm depois



Comece com conclusões e termine com explicações: marque ou destaque o ponto central. Ajude os ouvintes ou espectadores a se lembrem da mensagem.

Desafio diário: ELIMINAR O JARGÃO



O uso de jargões inibe a compreensão e a credibilidade



As pessoas tendem a confiar mais nas informações que entendem com pouco esforço



As ideias devem ser claras



A linguagem usada para comunicá-los deve facilitar sua compreensão

“SIM” em entrevistas

- Use frases curtas
- Use uma linguagem simples e seja conciso
- Vá direto ao ponto
- Tente explicar como o que você diz pode afetar o público
- Mantenha-se calmo e no controle da situação
- Tenha sensibilidade e pense no público que está ouvindo você



“NÃO” em entrevistas

- Não diga “Sem comentários”. Continua sendo um comentário
- Não minta
- Não tente responder se você não souber a resposta. Não há problema em dizer: “Não sei, mas vou descobrir”
- Não fale “informação sigilosa/confidencial”
- Nunca presuma que a câmera foi desligada
- Não especule
- Cuidado com as táticas dos jornalistas



Para lembrar antes de cada entrevista



Você não tem
nenhum controle
sobre o que os
jornalistas
escreverão



Você tem
100% de controle
sobre o
que você diz

Alguns pontos simples



O trabalho dos
jornalistas é
obter uma
história/notícia.



Para você, o
trabalho é contar
a **SUA** história
do **SEU** jeito.



Você não precisa
necessariamente
responder a
todas as
perguntas...

Um bom porta-voz

- Está sempre no controle e não se deixa levar por outras questões
- Conhece os horários de cada mídia
- **Usa a técnica de conexão “pontes”**
- Apresenta as mensagens preventivas básicas
- Reconhece os erros e a responsabilidade
- Da exemplos, as vezes com situações gráficas e explique
- Sente o "pulso" dos diferentes públicos (empatia)
- Nunca perder a paciência



O porta-voz não vai responder a perguntas, ele vai posicionar suas mensagens



Esteja preparado



Esteja preparado



Esteja preparado



**Bons porta-vozes,
assim como a
comunicação de
risco, não são
improvisados.**

Tecnologia de pontes



Permite que você posicione suas mensagens e não apenas responda a perguntas



Isso leva as mensagens aos interesses do porta-voz e não do entrevistador



Essa técnica ajuda a interromper as discussões sobre se algo é verdadeiro ou não, para falar apenas sobre o que é importante para as pessoas

Táticas dos repórteres

Fatos falsos e informações incorretas



Perguntas especulativas



Eles colocam palavras em suas bocas



Perguntas negativas



Perguntas com suposições



Alimentar o microfone



Perguntas sobre rumores



Frases de ponte



Obrigado por sua pergunta e, para explicar melhor o problema, podemos dizer que...



É uma pergunta interessante, mas acho que o mais importante é ...



Antes de entrar no assunto que está propondo, você deve saber que ...



Ouvi o que você disse, mas o principal nessa situação é ...



Colocarei sua pergunta de uma maneira diferente, para que o público tenha clareza sobre a questão...

Perguntas especulativas



Perguntas

E se ____?

Como você acha que isso aconteceu...?

Você pode tentar adivinhar como isso aconteceu _____?



Respostas

Eu não gostaria de especular sobre esse ponto. Os fatos são ____.

É importante que lidemos com os fatos conforme os conhecemos, e os fatos são ____.

É muito cedo para dizer qualquer coisa. Faremos uma avaliação completa e, então, saberemos o que aconteceu.

Perguntas sobre rumores



Perguntas

Juan Perez, do UNICEF, disse:

_____.

Uma fonte do Ministério da Saúde disse que ____.

Como você responde ao líder da oposição que disse isso
_____?

Fontes oficiais admitem que não agiram rapidamente...



Respostas

Estas são as informações que tenho:

Eu defendo os fatos, e os fatos são
_____.

Os fatos dizem:

Isso é o que eu sei _____

Não posso falar pela XYZ, mas posso dizer que ...

Perguntas negativas



Perguntas



Respostas

Poderia ter sido outro desastre?

Por que a vigilância epidemiológica do Ministério está abaixo dos padrões normais em outras províncias?

Deixe-me explicar os fatos sobre os quais tenho informações_____

(Não repita o comentário negativo ou a palavra negativa. Corrija a imprecisão)

Colocando palavras em sua boca



Táticas/perguntas

“Então, a moral baixa da sua organização está afetando a saúde pública, não é?”



Resposta

“Vamos ver qual é o problema aqui, se me permite?”

Enfatize uma resposta positiva...

(Reconheça que o jornalista está procurando que você use palavras que não diria. Não discuta com ele. Volte para suas mensagens.)

Perguntas sobre suposições



Táticas/perguntas

O repórter lhe dá informações totalmente falsas para colocá-lo na defensiva.

“Não é verdade que o Ministério deixou os funcionários sem treinamento em controle de vetores porque gastou todo o dinheiro em seu novo prédio?”

“E se...?”



Resposta

Vou lhe dar as informações corretas

Isso é o que aconteceu em

A verdade é que _____
(Não repita a palavra ou o comentário negativo!!)

Responder a perguntas hipotéticas é complexo porque não leio o futuro, mas acho que o que você realmente quer saber é ...

Fatos falsos e desinformação



Táticas/perguntas

“Então... os resultados do laboratório foram ocultados para evitar a confirmação do primeiro caso de Zika?”

Se o jornalista fornecer informações incorretas, ele poderá ser corrigido ...



Resposta

“Talvez você possa esclarecer isso para o seu público, [nome do jornalista],”

“Isso não é verdade... Os fatos são...”

(Corrija em um tom positivo e mantenha a calma)

Alimentando o microfone



Perguntas

“Você deu uma boa resposta a uma questão muito controversa...” (o jornalista faz uma pausa e a câmera ainda está ligada e gravando...). Isso pode ser usado para intimidá-lo.

Observação: *Mesmo que a câmera seja desligada e nenhuma outra filmagem seja gravada, o repórter ainda é um repórter.*



Respostas

Cumpra sua agenda, reitere sua mensagem, mas não fale sem parar.

Você pode sorrir e dizer: “O que mais você gostaria de saber?”

Faz parte do trabalho de um repórter preencher o tempo ...

Outros exemplos



Perguntas

O jornalista o bombardeia com perguntas rápidas demais para que você possa responder (pode tentar controlar a entrevista colocando-o fora do quadro)

Jornalista que parafraseia tudo o que você diz...



Respostas

Mantenha a calma. Não fique na defensiva.

“Você fez uma série de perguntas aqui. Vou examiná-las uma a uma, pois são questões importantes...”

“Talvez fosse mais próximo do que eu disse se eu o descrevesse desta forma...”

Comportamentos que nos surpreendem



Perguntas



Respostas

O jornalista que nos surpreende (aparece sem avisar).

Você pode tentar algo assim:
“Obrigado por vir. Gostaria de conversar com você, mas tenho outra reunião para a qual estou atrasado no momento. Entre em contato com meu escritório e podemos marcar um horário para conversarmos.”

Não coloque a mão sobre a câmera para cobri-la.

Continue sendo gentil ao longo de sua jornada.

Coletivas de imprensa

- Abra a conferência com uma breve declaração que vá direto ao ponto
- EVITE O USO DE JARGÕES E SIGLAS. Eles podem confundir
- Verifique os números/dados antes de dar a palestra
- Se você forneceu informações incorretas, corrija-as
- Mantenha suas respostas breves
- Suponha que você esteja no ar o tempo todo
- Não faça referência ao que foi dito em conferências anteriores, pois isso pode induzir ao erro



Mídia durante a crise

**Certas emergências podem ser previstas.
O mesmo acontece com o desempenho da mídia:**



1.

Quando a notícia
é divulgada (o
que aconteceu)



2.

Construção de
reputação
(gerenciamento
de
emergência):
foco da mídia
em vítimas e
resposta



3.

Procuram
culpados quando
as coisas não
vão bem



4.

Resolução de
conflitos

Todos os direitos reservados. As publicações da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) estão disponíveis em seu website em (www.paho.org). As solicitações de autorização para reproduzir ou traduzir, integralmente ou em parte, alguma de suas publicações, deverão se dirigir ao Programa de Publicações através de seu website www.paho.org/es/publicaciones/permisos-licencias.

Citação sugerida: Organização Pan-Americana da Saúde. Guia e ferramentas de capacitação para a investigação de surtos. Washington, D.C.; 2025.

Dados da catalogação: podem ser consultados em: <http://iris.paho.org>.

Avisos legais gerais: as denominações utilizadas nesta publicação e a forma como os dados são apresentados não implicam nenhum juízo, por parte da OPAS, com respeito à condição jurídica de países, territórios, cidades ou zonas ou de suas autoridades nem com relação ao traçado de suas fronteiras ou limites. As linhas tracejadas nos mapas representam fronteiras aproximadas sobre as quais pode não haver total concordância.

A menção a determinadas empresas comerciais ou aos nomes comerciais de certos produtos não implica que sejam endossados ou recomendados pela OPAS em detrimento de outros de natureza semelhante. Salvo erro ou omissão, nomes de produtos patenteados são grafados com inicial maiúscula.

A OPAS adotou todas as precauções razoáveis para confirmar as informações constantes desta publicação. Contudo, o material publicado é distribuído sem nenhum tipo de garantia, expressa ou implícita. O leitor é responsável pela interpretação do material e seu uso; a OPAS não poderá ser responsabilizada, de forma alguma, por qualquer prejuízo causado por sua utilização.