

GUIA DE COMUNICAÇÃO E RESPOSTA A SURTOS



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

PREVENT
Project

fhi360
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES

Setembro 2011

Este livro foi preparado para o projeto PREVENT sob a gestão da AED, agora FHI 360, fundada pela USAID/ Global Health sob o Prémio Cliente Associado Nº.: GHN-A-00-09-00002-00 no âmbito do Prémio LEADER (C-Change) Nº. GPO-A-00-07-00004-00.

Índice de Conteúdos

Introdução.....	1
Passo 1: Mobilizar a Equipa de Comunicação de Risco e Apoio.....	2
Passo 2: Realizar uma Avaliação Rápida da Situação	4
Passo 3: Determinar a Sua Resposta Imediata e Atribuir Tarefas.....	6
Passo 4: Desenvolver um Plano de Comunicação da Ação	7
Passo 5: Acompanhar a Evolução e Preparar o Desenvolvimento Estratégico a Longo Prazo	10

APÊNDICES

Apêndice A - Ferramenta de Avaliação da Organização Mundial de Saúde para as Capacidades Internas dos Meios de Comunicação Social	A1
Apêndice B - Perguntas Comuns Feitas por Repórteres Durante uma Crise	B1
Apêndice C - Guia de Avaliação Rápida de Risco de Surto.....	C1
Apêndice D - Seis Ingredientes para uma Entrevista Bem Sucedida	D1
Apêndice E - Guia de Planeamento para uma Conferência de Imprensa.....	E1

INTRODUÇÃO

A gestão eficaz de riscos e resposta a surtos é baseada na receção de informações atempadas e informadas assim como na tomada rápida de decisões. O stress, o caos e a confusão existirão muitas vezes numa situação de surto e isto pode colocar um nível de pressão extrema num indivíduo e na sua capacidade de tomar decisões racionais, eficazes e atempadas. É por isso que uma abordagem em equipa é muitas vezes útil em situações de crise.

Este Guia ajudá-lo-á a pensar mediante elementos essenciais para comunicar sobre uma doença que pode atacar o seu país ou região. Estar preparado – e planear – para este evento é a coisa mais importante que pode fazer. No entanto, devido a imprevisibilidade dos surtos, estes geralmente apanham-nos de surpresa, antes de estarmos totalmente preparados para reagir. Portanto, este guia é destinado a ser utilizado em situações em que os funcionários ainda não tenham tido a oportunidade de planear ou de se preparar para potenciais surtos. Para um guia mais completo que abrange o elemento crucial do planeamento de comunicação de crises, por favor consulte o Guia de Ação e Planeamento da Comunicação de Risco, da AFENET.

Como cada situação é única, é importante ter em mente que este Guia não é um manual completo passo-a-passo. No entanto, o Guia fornecer-lhe-á, assim se espera, informações e sugestões para garantir uma resposta eficaz a surtos na sua área. Esta informação pode aumentar a confiança da sua organização na capacidade de gerir este risco de forma adequada, quando necessário.

Seja qual for a situação, os membros da sua equipa de emergência devem ser honestos, sinceros e flexíveis; devem combinar um senso de urgência com sensibilidade e uma grande medida de bom senso. Devem demonstrar que a sua organização é atenciosa, competente e responsável. Fazê-lo já é meio caminho andado para confortar os seus diversos círculos eleitorais, prevenindo rumores e protegendo a reputação do seu escritório e dos seus funcionários.

PASSO**1**

MOBILIZAR A EQUIPA DE COMUNICAÇÃO DE RISCO E APOIO

PERÍODO: primeiro dia após um surto.

A seguinte tabela apresenta os tipos de especialização (e de indivíduos) que o Porta-Voz (ou a sua Equipa interna de Comunicação de Risco, caso tenha estabelecido uma) terá de aceder como parte da sua resposta de emergência. Para aumentar a especialização destes indivíduos, terá também de identificar e de comunicar com membros de organizações internacionais que já estejam na vanguarda de atividades para controlar a propagação de doenças. Idealmente, a sua organização deverá identificar esses indivíduos antes de um surto.

ESPECIALIZAÇÃO/ TIPO DE INDIVÍDUO	EXEMPLOS DE RESPONSABILIDADES	POTENCIAIS CONGÉNERES NACIONAIS	POTENCIAIS PARCEIROS INTERNACIONAIS
Comunicação (fontes internas e externas)	Relações com os meios de comunicação social, a imprensa e a comunidade	Ministério Informação e Orientação Nacional, Gabinete Presidencial	Imprensa do Governo Americano e Gabinetes dos Assuntos Públicos
Agentes de Educação ou de Saúde para as relações com as ONGs e outros	Relações com as ONGs, facilitando plataformas para a comunidade e mobilização social, fornecendo pesquisas em mensagens e materiais	Ministério da Saúde, Departamento da Promoção e Educação para a Saúde	OMS, USAID, ONU, outros dadores, funcionários de ONGs em rede
Saúde Humana (epidemiologista, profissional de saúde)	Análise de surtos humanos, aconselhar tratamentos	Ministério da Saúde	Centros de Controlo e Prevenção de Doenças
Oficial de Veterinária (MMV, oficial USDA)	Medicina Veterinária, aconselhamento	Ministério da Agricultura / Saúde	USDA
Capacidade do País e do setor privado (responsável económico/político)	Interface com o Governo anfitrião e o setor privado, aconselhar sobre a agricultura e regulamentos para a saúde humana e animal	Gabinete da Presidência, diretores de empresas, Ministério da Agricultura, Ministério da Saúde	Centros de Controlo e Prevenção de Doenças, USDA
Fontes Orçamentais (Oficial Financeiro)	Orçamento e Compras	Ministério das Finanças	Governos e organizações dadores (ONU, FAO)
Relações Governamentais	Interface com o Governo Anfitrião	Gabinete da Presidência	
Evacuação/ Responsável pelas aquisições triagens)	Evacuação, equipamentos e outros contratos de fornecimento		
Logística (Assistente do Chefe de Equipa de Gestão de Risco)	Apoio Logístico e Outros		

As questões que devem ser esclarecidas entre todos os membros da equipa incluem:

1. Linhas de Autoridade para tomar decisões sobre:

- Ações
- Regulações de Emergência
- Compromissos Financeiros
- Declarações ao Público

2. O Indivíduo que toma as decisões finais (que “assina”) sobre as questões acima mencionadas e como é delegada a autoridade na ausência deste indivíduo.

Responder à comunicação social

Uma pessoa chave a nomear no início será o porta-voz da organização. Para assegurar coerência e evitar confusão sobre quais são os meios de comunicação social a contactar, deverá nomear um porta-voz para o programa. Esta pessoa deve pertencer aos quadros superiores e não deve ter de se concentrar em outras tarefas durante o surto. Certifique-se de ter um leque de outros especialistas a quem possa recorrer para lidar com assuntos específicos (tais como técnicos de saúde humana e animal). A equipa deve ser lembrada que todos os pedidos dos meios de comunicação social ou das agências devem ser encaminhados para o porta-voz aprovado.

PASSO

2

REALIZAR UMA AVALIAÇÃO RÁPIDA DA SITUAÇÃO

PERÍODO: 1-2 dias após um surto

A equipa deve primeiro perguntar-se “O que sabemos?”. Enquanto recolhe a informação para a avaliação rápida, a equipa deve também começar a discutir os componentes do seu Plano de Comunicação da Ação (Ver Passo 4).

A seguinte tabela delinea as questões que devem ser abordadas como partedesta avaliação e exemplos de perguntas que podem ser feitas. Pode também consultar a Lista de Verificação de Avaliação Rápida no Apêndice C.

ANÁLISE RÁPIDA DA SITUAÇÃO

TIPOS DE SITUAÇÕES A SER CONSIDERADAS

O NÚMERO E O TIPO DE SURTOS DE DOENÇAS PARA HUMANOS E ANIMAIS

TIPOS DE PERGUNTAS A SEREM FEITAS

- Já houve algum relato de humanos doentes?
- Já houve animais a morrerem ou reportados com doentes? Que tipo de animais?
- Onde foram reportados e por quem?

O QUE ESTÁ A SER DITO PUBLICAMENTE E ATRAVÉS DE QUE CANAIS É QUE A INFORMAÇÃO ESTÁ A SER DIVULGADA

- Existem rumores a circular que contêm informações erróneas?
- Tem havido notícias de surtos? O que tem sido relatado? Como é que as pessoas estão a aprender sobre a epidemia?
- O Governo já fez alguma declaração (ou não disse nada)?
- Quais são os meios de comunicação que têm sido utilizados (Por exemplo, TV, rádio, linha direta e jornais)?

**A INFORMAÇÃO QUE AS
OUTRAS ORGANIZAÇÕES
PODERÃO TER**

- As ONGs da sua área já receberam atualizações ou outras notificações sobre o surto?
- As ONGs já entraram em contacto com os seus constituintes acerca do surto?
- O que têm visto e ouvido de pessoas na comunidade ou de outras fontes?

**AS POLÍTICAS EM VIGOR NA
SUA ORGANIZAÇÃO**

- A sua organização tem algum procedimento que afetará a forma como reage a este surto?
- Tem de obter a aprovação do governo local ou nacional para realizar quaisquer ações?
- O seu governo já tem algum plano de evacuação ou de quarentena e, em caso afirmativo, em que situações devem estas ser postas em prática?

A POSIÇÃO DO GOVERNO

- O que sabem eles?
- O que estão a fazer para dar resposta?
- Já pediram assistência ou deram outras instruções sobre como proceder?
- Quais são as políticas de abordagem à doença (se houver alguma)?
- Existem comités governamentais para a vacinação ou saúde animal que possam ser acedidos?

**CAPACIDADE DE COMUNICAÇÃO
HUMANA E TECNOLÓGICA**

- Tem pessoas suficientes para realizar as atividades previstas?
- Tem ferramentas de comunicação suficientes, tais como telemóveis ou linhas de informação direta?
- Pode utilizar os recursos de comunicação do Governo?
- Está preparado para iniciar o diálogo com os membros da comunicação social?
- em plataformas e mecanismos que podem ser utilizados para a implementação de atividades de comunicação?

Tenha em mente que, se possível, deve validar e registar todas as fontes de informação, caso haja, por qualquer razão, dúvidas quanto à sua legitimidade. Se existir alguma dúvida, corrobore a informação com outras fontes.

PASSO

3

DETERMINAR A SUA RESPOSTA IMEDIATA E ATRIBUIR TAREFAS

PERÍODO: *3 dias após um surto.*

Com base na avaliação rápida, a sua equipa de gestão de riscos interna ou de responsáveis pelas decisões pode então decidir quais são as ações de emergência que deve e pode seguir.

Por exemplo, se os casos de doenças foram relatados, mas não confirmados, será importante descobrir se uma equipa de funcionários de saúde foi enviada para o local do surto para identificar a doença. O agente de saúde humana ou veterinária poderia visitar as ONGs ou outros agentes de saúde na região (ou no governo) a fim de obter um relatório da situação e oferecer apoio.

Parte desta resposta imediata é o Plano de Comunicação da Ação, que é descrito no **PASSO 4**.

PASSO

4

DESENVOLVER UM PLANO DE COMUNICAÇÃO DA AÇÃO

PERÍODO: 3-5 dias após um surto

Um Plano de Comunicação da Ação tem essencialmente três resultados principais desejados:

1. Determinar que tipo de informação será divulgada;
2. Determinar quem revelará essa informação (por exemplo, o porta-voz); e
3. Decidir quem dará seguimento a essas atividades.

De seguida estão os passos que guia-lo-ão através do processo de execução de tarefas de comunicação.

PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE AÇÃO

OBJETIVOS	ASPETOS
IDENTIFICAR E OBTER CONSENSO NOS OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO	Os objetivos podem incluir mensagens e atividades: <ul style="list-style-type: none">• para prevenir a transmissão humana• para incentivar o relato de todos os casos suspeitos• para educar o público acerca da importância de procedimentos para controlar a propagação da doença
IDENTIFICAR PÚBLICOS-ALVO	É importante identificar os tipos de organizações ou indivíduos que necessitarão receber informações sobre um surto. Podem incluir: <ul style="list-style-type: none">• Autoridades de Saúde Agrícola• Responsáveis pela Informação do Governo• Funcionários do Ministério da Saúde• Líderes comunitários (grupos religiosos, sindicatos femininos, funcionários de bem-estar infantil)• Profissionais de Saúde Humana e Veterinária• Meios de comunicação social e jornalistas• O público em geral

Também será importante manter abertas as linhas de comunicação para a orientação geral, bem como com outras organizações internacionais com quem pode ter trabalhado na sua região (ex.: FAO, OMS). Estas organizações têm abordado surtos em muitas outras áreas no mundo e serão uma fonte útil de informação e de orientação.

IDENTIFICAR OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO PRIORITÁRIOS

Após identificar o público-alvo, o próximo passo é determinar as melhores formas de alcançá-lo. Cada público pode ter um canal diferente para ser alcançado.

Isto pode incluir uma linha telefónica de emergência que as pessoas podem ligar para obterem informações atualizadas; comunicações baseadas na comunidade (reuniões comunitárias, visitas ao domicílio, etc.); anúncios em altifalantes, anúncios na rádio ou na televisão, sites, redes de SMS, etc...

As organizações comunitárias que podem também ser contratadas para ajudar a entregar mensagens incluem: grupos religiosos, membros de sindicatos femininos, ou outros profissionais de saúde da comunidade.

DECIDIR QUAIS SÃO AS MENSAGENS A TRANSMITIR

Terá de decidir que tipo de mensagens de emergência gostaria de comunicar aos diversos públicos-alvo. Independentemente das mensagens, é importante manter as comunicações consistentes e claras. Se as suas mensagens forem muito complicadas, estas podem levar à desinformação ou à confusão entre o público.

DETERMINAR OS MATERIAIS A SER DISTRIBUÍDOS

Precisará de divulgar materiais aos diversos públicos para fornecer informação e orientação, bem como para motivar e tranquilizá-los. Estes materiais podem incluir comunicados de imprensa, fichas técnicas, folhetos educativos e brochuras com informação de contacto.

Pontos importantes a ter em mente para todas as Comunicações

1. Esteja calmo quando falar com a comunicação social ou com o público.
2. Não tranquilize demasiado.
3. Reconheça as incertezas.
4. Partilhe os dilemas.
5. Reconheça a diversidade de opiniões.
6. Reconheça o medo e outras emoções.
7. Não ridicularize as emoções ou as crenças do público.
8. Diga às pessoas o que podem esperar.
9. Proponha às pessoas coisas para fazer.
10. Peça desculpa pelos erros..
11. Não minta ou diga meias-verdades - Seja totalmente franco e transparente. Se não souber a resposta, não diga que a sabe.

É também importante observar que cada tipo de comunicação social vai estar a ver a situação de um ângulo ligeiramente diferente. As necessidades e os prazos dos repórteres de rádio e de televisão serão diferentes das necessidades e dos prazos dos repórteres de jornais ou de revistas e os jornalistas regionais ou nacionais tratarão a situação de forma diferente dos repórteres internacionais. É importante que o seu porta-voz compreenda os diferentes requisitos destes tipos de comunicação social e possa antecipar e fornecer as informações adequadas.

ACOMPANHAR A EVOLUÇÃO E PREPARAR O DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO A LONGO PRAZO

PERÍODO: *Duas semanas após um surto, ou após a fase inicial da resposta de emergência/crise estar completa.*

Uma vez terminada a maioria das tarefas de emergência - geralmente durante a primeira ou segunda semana após um surto - será importante olhar para trás e refletir sobre o que foi feito e se foi ao encontro dos seus objetivos de comunicação.

É importante refletir acerca das suas atividades com a equipa interna de crise e identificar quaisquer lições aprendidas. Estas lições formarão a base do que a sua agência decidirá fazer a longo prazo para ajudar a prevenir e a controlar a propagação da doença.

Além disso, quando não está numa situação de emergência ou de crise, pode ter tempo para planear um processo, de modo a estar preparado para novos surtos ou desenvolvimentos inesperados.

As etapas neste processo podem incluir:

- Identificar formalmente um comité de crise para definir as prioridades estratégicas a longo prazo e supervisionar a execução das atividades.
- Promover discussões de planeamento.
- Definir prioridades estratégicas.
- Atribuir funções e estabelecer um cronograma para as ações.
- Rever a sua estratégia de comunicação, se necessário.

ACOMPANHAMENTO PERMANENTE

Uma vez passada a “emergência” imediata, as atividades de acompanhamento devem continuar. Entre elas, deverá determinar as vezes que achar necessárias para atualizar o seu público / círculos eleitorais sobre a situação. Também pode querer manter contacto com os jornalistas que cobriram a história, para fornecer atualizações e amadurecer a relação para eventos futuros.

APÊNDICES



APÊNDICE A - FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE PARA AS CAPACIDADES INTERNAS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

A seguinte lista foi retirada de *“Effective Media Communication during Public Health Emergencies – A WHO Field Guide” (2005)*.

1. A Organização deve ter um plano escrito e procedimentos documentado para interagir com os meios de comunicação durante uma emergência.
2. A Organização deve ter os seguintes planos em vigor:
 - um membro do pessoal da agência, e pelo menos um substituto, com as funções e as responsabilidades de alguém responsável pela informação pública numa emergência;
 - um documento escrito que identifique claramente as linhas de autoridade e de responsabilidade do responsável pela informação pública e da equipa de comunicação social durante uma emergência;
 - um plano de trabalho e a programação de um plano de alívio para uma equipa de comunicação manter as operações 24 horas por dia, dois ou três turnos por dia, durante vários dias, semanas ou talvez meses.
3. A organização deve ter os seguintes procedimentos em vigor:
 - procedimentos de verificação da precisão das mensagens;
 - procedimentos para o apuramento da informação divulgada à comunicação social aos parceiros e ao público;
 - procedimentos de coordenação com organizações parceiras para garantir a exatidão, a pontualidade e a consistência das mensagens; e
 - procedimentos para a ligação entre a organização e um centro de emergência de operações
4. A Organização deve ter kits de informação para repórteres, preparados antecipadamente, que incluem listas de contactos de informação, materiais informativos, políticas, listas de verificação e manuais.

5. A Organização deve ter os seguintes procedimentos com a comunicação social em vigor:
 - procedimentos para o encaminhamento de todas as chamadas da comunicação social para o responsável pela informação pública durante uma emergência;
 - procedimentos para responder às solicitações de informação de rotina por parte da comunicação social;
 - procedimentos de triagem para as perguntas da comunicação social, caso os pedidos de informação excedam a capacidade da agência;
 - procedimentos para quando, onde e como realizar uma conferência de imprensa;
 - procedimentos para a declarações à imprensa, comunicados de imprensa e fichas de informação;
 - procedimentos para a monitorização de notícias (por exemplo, para determinar mensagens necessárias, desinformação a ser corrigida e o nível de interesse e preocupação da comunicação social); e
 - procedimentos para a criação de relatórios da situação.
6. A Organização deve ter um plano para comunicar diretamente às partes interessadas e ao público, inclusive para:
 - configurar e recrutar pessoal especializado em linhas telefónicas de informação para o público, jornalistas, médicos e outras partes interessadas durante uma emergência;
 - configurar sites especializados;
 - monitorizar o conteúdo, a precisão e a colocação das notícias divulgadas;
 - monitorizar as preocupações do público para determinar as mensagens necessárias;
 - monitorizar a desinformação que precisa de ser corrigida;
 - monitorizar os níveis de interesse do público;
 - monitorizar os níveis de interesse e de preocupação dos empregados;

- garantir a precisão, a pontualidade, as atualizações periódicas e a relevância das informações do site;
 - monitorizar informações em outros sites; e
 - divulgar informações de contacto da organização.
7. A Organização deve ter um plano para coordenar a comunicação com as organizações parceiras, inclusive para:
- responder às solicitações e aos pedidos de informação por parte dos parceiros e dos grupos de interesse especial;
 - realizar briefings para e com as organizações parceiras;
 - traduzir os relatórios de situação, os alertas de saúde e as notas de reuniões em informação adequada para os parceiros;
 - registar as chamadas de legisladores e dos grupos de interesse especial; e
 - estabelecer linhas de comunicação dedicadas para os parceiros-chave (por exemplo, a polícia, funcionários eleitos, bombeiros e hospitais).
8. A Organização deve ter um diretório de 24 horas por dia, informação de contacto durante 7 dias por semana, para a comunicação social e para os responsáveis pela informação pública das organizações parceiras. Isto deve incluir o texto, o telefone, o e-mail e o fax. Confira regularmente para verificar a sua precisão.
9. A Organização deve ter planos para a realização de reuniões comunitárias, pequenos briefings e outras reuniões cara-a-cara, consoante o caso.
10. A Organização deve, periodicamente, avaliar as necessidades de formação da sua equipa em relação à comunicação social e participar com outras organizações para avaliar as necessidades de formação na relação com a comunicação social dos seus parceiros.
11. A Organização deve ter um porta-voz principal (e um substituto) para vários cenários de emergência.

APÊNDICE B - QUESTÕES FREQUENTES FEITAS POR REPÓRTERES DURANTE UMA CRISE

Segue-se uma lista das perguntas mais comuns feitas pelos jornalistas numa situação de crise/emergência. É útil prever algumas dessas perguntas (se aplicável à sua situação) e elaborar respostas antes de um surto.

1. Como se chama e que posição ocupa?
2. Como se escreve e pronuncia o seu nome?
3. Quais são as suas responsabilidades profissionais? Para quem trabalha?
4. Pode dizer-nos o que aconteceu? Estava lá? Como sabe o que nos está a dizer?
5. Quando aconteceu?
6. Onde aconteceu?
7. Quem foi prejudicado?
8. Quantas pessoas foram prejudicadas?
9. Os que foram prejudicados estão a receber ajuda?
10. Como é que os prejudicados estão a obter ajuda?
11. A situação está sob controlo?
12. Como está tão seguro que a situação está sob controlo?
13. Existe algum perigo imediato?
14. O que está a ser feito para dar resposta ao que aconteceu?
15. Quem é que está a comandar?
16. O que podemos esperar a seguir?
17. O que estão a aconselhar as pessoas a fazer? O que é que as pessoas podem fazer para se protegerem a si e às suas famílias - agora e no futuro - da doença?
18. Quanto tempo levará até a situação voltar ao normal?
19. Que tipo de ajuda foi solicitada ou
20. Que respostas recebeu?
21. Pode ser mais específico sobre os tipos de danos que ocorreram?
22. Quais são os nomes, idades e naturalidade daqueles que foram prejudicados?
23. Podemos falar com eles?
24. Qual foi a dimensão dos danos?
25. Que outro dano pode ter ocorrido?
26. Como está certo sobre os danos?
27. Qual é a expectativa em relação aos danos?
28. O que está a fazer neste momento?

29. Quem mais está envolvido na intervenção?
30. Porque é que isto aconteceu?
31. Qual foi a causa?
32. Teve algum prenúncio de que isto poderia acontecer?
33. Porque é que isto não foi prevenido? Poderia ter sido evitado?
34. Como é que isto podia ter sido evitado?
35. Que mais pode dar errado?
36. Se não tem a certeza da causa, qual é o seu melhor palpite?
37. Quem fez isso acontecer?
38. Quem é o culpado?
39. Acha que as pessoas envolvidas lidaram com a situação bem o suficiente? O que mais poderia ou deveria ter sido feito por aqueles que lidaram com a situação?
40. Quando é que começou a vossa resposta a isto?
41. Quando é que foi notificado de que algo tinha acontecido?
42. Você e as outras organizações divulgaram a informação prontamente? Têm sido transparentes?
43. Quem está a conduzir a investigação? Será o resultado comunicado ao público?
44. O que irá fazer após investigação?
45. O que é que descobriu até agora?
46. Porque não foi feito mais para evitar esta situação?
47. Qual é a sua opinião pessoal?
48. O que está a dizer à sua própria família?
49. Estão todos envolvidos no acordo?
50. As pessoas estão a exagerar?
51. Que leis se aplicam?
52. Alguém já desobedeceu à Lei?
53. Como está certo sobre as leis que foram desobedecidas?
54. Alguém cometeu erros?
55. Como está certo de que não foram feitos erros?
56. Disse-nos tudo o que sabe?
57. O que é que nos está a ocultar?
58. Que efeitos é que isto terá nas pessoas envolvidas?
59. Que medidas de precaução foram tomadas?
60. Você aceita a responsabilidade pelo que aconteceu?
61. Isto já aconteceu antes?
62. Isto pode acontecer noutra lugar?
63. Qual é o pior cenário?
64. Que lições foram aprendidas?

65. O que pode ser feito agora para evitar que isto aconteça novamente? Que medidas precisam ser tomadas para evitar um evento semelhante?
66. O que gostaria de dizer àqueles que foram lesados, bem como às suas famílias?
67. Existe algum perigo permanente?
68. As pessoas estão fora de perigo? As pessoas estão seguras?
69. Haverá transtornos para os funcionários ou para o público? O que é que as pessoas podem fazer para ajudar?
70. Quanto vai custar tudo isto?
71. É capaz e está disposto a pagar os custos?
72. Quem vai pagar os custos?
73. Quando é que vamos saber mais?
74. Que medidas precisam ser tomadas para evitar um evento semelhante? Será que estas medidas já foram tomadas? Se não, porquê?
75. Porque devemos confiar em si?
76. O que significa tudo isto?

APÊNDICE C - GUIA DE AVALIAÇÃO RÁPIDA DE RISCOS NUM SURTO

Este guia destina-se a conduzi-lo através das etapas que os membros da sua Equipa de Trabalho de Comunicação terão de seguir para determinarem rapidamente o alcance e a escala de um surto.

É provável que a informação que tem atualmente venha de fontes de campo não verificadas, reportagens iniciais, declarações oficiosas, rumores, declarações feitas a partir de fontes do governo e qualquer combinação das anteriores.

A primeira ação que deve realizar, tão rapidamente quanto possível, é contactar e convocar o Grupo de Trabalho de Comunicação. Especialmente se você for o porta-voz oficial do governo, a sua primeira declaração pública deverá abordar o “conhecimento” corrente que está a circular entre a comunidade e nos meios de comunicação social, de modo a poder verificar, dissipar, ou confirmar esses factos e estabelecer o seu plano de ação.

A Avaliação Rápida de Riscos foi concebida para responder rapidamente a questões-chave que precisa saber, a fim de implementar um plano de resposta e comunicar eficazmente com o público. Cada membro do Grupo de Trabalho de Comunicação será responsável pela investigação e pela apresentação de relatórios sobre as questões da Avaliação Rápida de Riscos pertinentes para as suas áreas de especialização.

Questões básicas que deve responder (perguntas mais detalhadas serão fornecidas na lista de verificação na página C3):

- O que realmente aconteceu e verificar a(s) fonte(s) dessa informação
- Onde está a acontecer
 - Se houver morte de animais, qual é a espécie e quantos já morreram
 - Se houver doença humana, quais são os dados demográficos e qual a localização das vítimas
- Qual é a potencial ameaça (pior cenário?)
- Se e quando a doença será confirmada pelo laboratório de testes
- Que informação está a circular na comunicação social e na comunidade
- Se a Equipa de Resposta Nacional foi mobilizada e se sabem o que você sabe e vice-versa
- Quem precisa ser notificado

Numa perspetiva de comunicações, a avaliação rápida permite-lhe aliviar a ansiedade da comunidade com confiança e prestar informações básicas sobre as medidas de proteção para evitar a propagação.

PREPARAR A AVALIAÇÃO RÁPIDA*

Seguem-se alguns passos na preparação de uma avaliação rápida de surtos:

- Identificar os membros locais da equipa, com antecedência (por exemplo, um epidemiologista, médico/entomologista, virologista e veterinário), que tenham capacidades para avaliar surtos de doenças;
- Ponha em prática, antecipadamente, as disposições para obter um rápido apoio de um especialista externo, para o caso do pessoal qualificado não estar disponível no local;
- Identificar os canais e os meios para uma comunicação rápida entre as áreas periféricas e a nível sub-nacional/central (por exemplo, telefone via satélite, fax);
- Criar um plano para comunicar com a imprensa, incluindo a
- atribuição de porta-vozes e contactos com os meios de comunicação social

REALIZAÇÃO DA AVALIAÇÃO RÁPIDA

Nota: A seguinte lista opera sob a suposição de que um surto já foi identificado (detetado, investigado, sinais iniciais relatados) e verificado. A doença e os sintomas podem não ser realmente da doença real. Neste período de maior sensibilidade para o surto, as pessoas podem, no entanto, rapidamente chegar a essa conclusão. O mesmo pode ocorrer com as pessoas que relataram sintomas semelhantes aos da doença.

O que é Necessário para uma Rápida Avaliação

- Linhas claras de autoridade e relatórios
- Parcerias
- Divisão de responsabilidades e acordados procedimentos
- Mapas
- Aceder aos dados e outras informações provenientes de comunicações oficiais de governo/saúde
- Canais de comunicação e sistemas
- Pessoal Qualificado
- Garantir o acompanhamento de auxílio ou outras avaliações

O que Constringe a Avaliação Rápida

- Tempo
- Considerações Políticas
- Custo e sustentabilidade
- Competências e conhecimento humano
- Capacidades institucionais
- Acessibilidade
- Aspectos socioculturais
- Logística e comunicação

LISTA DE VERIFICAÇÃO DA AVALIAÇÃO RÁPIDA

INFORMAÇÃO BÁSICA - ANIMAIS (SE APLICÁVEL)

- Onde é que o surto foi reportado? Foi confirmado?
- Quão difundido foi o surto?
- Que tipo de animais foi afetado?
- Quantos animais foram afetados (# doentes, # mortos)?
- Que sinais mostraram os animais afetados?
- Como parece ter sido transmitido?
- Qual é a distribuição geográfica? Parece que se está a propagar?
- Se sim, em que direção?
- Quais são as tendências?

INFORMAÇÃO BÁSICA - HUMANOS

- Quantos casos humanos foram reportados?
- Onde?
- Quais eram as suas idades e sexos?
- Como aparentam terem sido afetados?
- Qual é o seu estado atual ou gravidade da doença?
- Quais eram os seus sintomas?
- Que tratamentos receberam e qual foi a sua resposta ao tratamento?

AÇÕES

- Quem é o responsável?
- Quem tem a autoridade para tomar decisões finais em nome do governo?
- O que está a ser feito pelas várias agências governamentais nacionais e locais para tratar e controlar o surto?
- É adequado?
- Algum responsável já visitou o local do surto?
- Existem planos para uma visita ao local - se sim, quando?
- Os oficiais já instruíram as pessoas acerca do que podem fazer? Se sim, o que disseram às pessoas?
- Os meios de comunicação social já relataram o surto? Se sim, que meios e o que estão eles a dizer?
- Que organizações estão a trabalhar na área?
- Como podem elas serem mobilizadas para obter informação?

CAPACIDADE DE RESPOSTA À COMUNICAÇÃO

- Quem está a fornecer atualizações oficiais sobre a situação e quem é o contacto principal?
- Qual é a melhor forma de manter contacto com essa pessoa ou organização?
- Quem está a tomar decisões sobre a informação que está a ser divulgada?
- Quem está a divulgar a informação?
- O que sabe a comunicação social? Estão a fazer a cobertura da história ou estão simplesmente a obter dados sobre ela?
- Quais os meios de comunicação que alcançam aquela comunidade ou região?
- Já houve atividades da comunicação social ou ações de formação na área, em resposta à doença?
- As corporações/empresas estão a responder?
- Quando/quantas vezes estão a ser fornecidas atualizações?
- Quem é o responsável por quais tarefas/decisões?
- Foram estabelecidas ligações com os membros-chave da comunidade (por exemplo, para aliviar o pânico, educar para a saúde e melhoria na deteção de casos)?
- Existem materiais informativos (por exemplo, anúncios de utilidade pública, guias de vacinação, o que uma família ou profissional de saúde deve fazer para se proteger)?
- Estão nos idiomas corretos e em níveis de alfabetização adequados?
- Como serão distribuídos esses materiais e informações?

* Esta tabela é baseada em informações do "WHO/EHA Emergency Health Training Programme for Africa"(1999).

APÊNDICE D - SEIS INGREDIENTES PARA UMA ENTREVISTA BEM SUCEDIDA

Os meios de comunicação social são importantes durante os primeiros dias de um surto. Eles são os mais rápidos e às vezes são a única maneira de chegar ao público e à comunidade afetada.

Os seis ingredientes para uma interação bem sucedida com a imprensa são os seguintes.

- 1. Faça o seu trabalho de casa.** Antes de ir a uma entrevista aprenda o máximo que puder sobre o entrevistador e a audiência que vai receber a informação. Estar familiarizado com os seus estilos de entrevistas e sobre o que eles escrevem irá ajudá-lo a preparar-se melhor para a entrevista.
- 2. Tenha um propósito.** Vá a qualquer entrevista com uma mensagem clara a divulgar. Se você não tem uma mensagem clara e concisa (três pontos ou menos mensagens) não tem motivos para fazer a entrevista.
- 3. Concentre-se nas mensagens-chave.** Não dê mais do que três pontos chave, estejam eles relacionados com a informação ou com a ação. Utilize uma linguagem simples ao nível da escola primária. Não há problema em repetir as mensagens - a repetição é uma boa ferramenta de aprendizagem.
- 4. Fique-se pelo que sabe.** É fácil numa conversa tirar conclusões ou responder a perguntas hipotéticas, mas isso pode contribuir para a desinformação e boatos. Responda ao que sabe e o que não souber, diga " eu não sei e quando descobrir voltarei cá para vos dizer".
- 5. Não saia fora do registo.** Numa crise como um surto, tudo o que você e os seus funcionários disserem aos meios de comunicação social terá um valor elevado e, portanto, implicações profundas. Isto significa que a imprensa está a ouvir tudo o que está a dizer. Escolha as suas palavras de forma sábia
- 6. Confiança no projeto e gerir expetativas.** Você é o especialista e precisa de mostrar confiança enquanto gere as expetativas, de modo a que o público não entre em pânico nem fique desinformado.

Armadilhas e Ciladas numa Entrevista

- Passe a sua mensagem-chave de forma clara e distinta.
- Escute o que o repórter pergunta e reformule as questões que lhe parecem delicadas ou preconceituosas.
- Utilize as suas próprias palavras e linguagem. Não deixe que um repórter coloque palavras na sua boca ou induza-o a dizer o que não quer.
- Não assuma que os factos do repórter estão corretos. Diga “eu não ouvi isso”.
- Se o repórter continuar com o microfone à sua frente, não continue a falar se já respondeu à pergunta. Diga “Tem mais alguma pergunta?”.
- Antecipe as perguntas. Utilize as perguntas mais comuns e prepare as suas respostas com antecedência.
- Não atribua a culpa aos outros nem retire a sua responsabilidade. Nesta situação, você é o líder e a autoridade.
- Evite dizer “Sem comentários”. Todas as informações (exceto as informações confidenciais) devem ser partilhadas assim que as conhecer. Se não souber a resposta a uma pergunta, explique os passos que irá tomar para obter a resposta.
- Se não tiver autoridade para falar sobre um determinado tópico ou assunto, diga-o e sugira quem poderá ser a melhor fonte. Em seguida, passe à próxima pergunta.

APÊNDICE E - GUIA DE PLANEAMENTO PARA UMA CONFERÊNCIA DE IMPRENSA

As conferências de imprensa precisam de ter uma preparação cuidadosa para serem bem sucedidas. Decida convocar uma conferência de imprensa, com base na análise e na consulta, com o seu Grupo de Trabalho de Comunicação. Bons motivos para realizar uma conferência de imprensa incluem:

- Há um surto repentino ou surpreendente, as pessoas estão doentes e o público reivindica saber quem está no comando e o que está a acontecer.
- Tem uma mensagem urgente ou ações para distribuir ao público.
- Prometeu atualizar o público regularmente.
- Tem novas notícias para partilhar.

As Conferências de imprensa devem ser realizadas regularmente. Tenha em conta os prazos e os ciclos de notícias da comunicação social, quando estiver a programar uma conferência de imprensa ou uma entrevista coletiva e acomode-os em conformidade. Realize conferências de imprensa regularmente. Mesmo que não tenha nada de novo para relatar, isso não significa que os repórteres ou outras partes interessadas não tenham novas perguntas. Também pode dar entrevistas fora de um ambiente de grupo (conferência de imprensa) se a comunicação social local assim o preferir. Certifique-se de transmitir aos jornalistas que esta é uma opção deles, caso optem por tirar partido da mesma.

Quando você decide realizar uma conferência de imprensa, **deve pré-determinar quem participará em representação da sua organização, acordar em relação aos assuntos e determinar quem abordará as várias questões.** Montar uma equipa de especialistas em assuntos específicos será importante. No entanto, tenha outros especialistas disponíveis - não na conferência, mas à espera no local - no caso de os repórteres terem questões que esses indivíduos necessitarão de responder.

Com antecedência, **prepare um comunicado de imprensa ou um boletim de notícias para distribuir à comunicação social, no evento** e publique-o também no site, se houver essa possibilidade. Ao preparar-se para a conferência ou ao redigir um comunicado ou um boletim, não se esqueça de conferir e reconferir os nomes, os factos e as informações de contacto. Deve ter um formulário de registo para que os membros da imprensa se possam inscrever. Isto ajudá-lo-á

a saber qual a direção a tomar na cobertura da comunicação social, bem como fornecer informações que pode adicionar a uma base de dados contínua de contactos da comunicação social.

Antes da conferência de imprensa, certifique-se de verificar o equipamento, como microfones, tomadas elétricas e canais por satélite. **Se possível, faça um “ensaio geral” para se certificar de que tudo funciona corretamente e que as pessoas sabem os seus papéis.** Não enfrente a comunicação social sem estar preparado.

Como responsável pela comunicação você está sempre a ser gravado - seja num ambiente formal de conferência ou no seu escritório. “Edite-se a si próprio”, mesmo quando estiver a falar com os seus funcionários e familiares.



