

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE

LIDERANÇA DURANTE UMA PANDEMIA: O QUE O SEU MUNICÍPIO PODE FAZER

MÓDULO 14: COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA



Preparação



Resposta

Este módulo irá ajudá-lo a:

- Estabelecer relações de colaboração com a mídia
- Fornecer à mídia e ao público um **porta-voz** qualificado e bem preparado que exemplifique as características exigidas de um líder nesta função
- Preparar-se **conferências de imprensa** e entrevistas para bem-sucedidas

Quem implementará este módulo:

- O prefeito
- Um membro da **equipe de liderança municipal** ou equipe de resposta às emergências
- Um porta-voz designado ou um membro da **sua equipe de suporte de comunicação**
- **Um oficial de informação pública**

Durante uma pandemia, a mídia estará envolvida em reportagens sobre a situação. Este módulo explica como enviar mensagens ao público através da mídia e como corrigir as informações erradas que apareceram na imprensa.

Os dois módulos de comunicação anteriores, 12 e 13, devem ser lidos antes deste módulo. O presente módulo é destinado a indivíduos que trabalharão *diretamente* com jornalistas, equipes de televisão, entrevistadores de rádio e editores de jornais. Neste módulo, você encontrará informações sobre como educar a mídia, evitar erros comuns, planejar uma entrevista coletiva, fornecer um porta-voz bem preparado para a mídia e o público e escrever comunicados à imprensa e outros materiais.

As mensagens de notícias precisam ser entregues em tempo hábil e transmitidas para que sejam facilmente compreendidas pelos diversos segmentos da sua comunidade. (Para obter informações sobre o desenvolvimento de mensagens-chave eficazes que atendam às principais preocupações de diferentes populações-alvo, consulte o Módulo 12, *Fundamentos da comunicação durante crises e emergências*.)

Os meios de comunicação desempenham um papel de comunicação muito importante em todas as situações de emergência. É fundamental que você estabeleça relacionamentos fortes e positivos com eles antes que ocorra uma crise. Isso ajudará a garantir uma resposta tranquila e a construir uma parceria que durará até o estágio de recuperação de uma crise.

“A mídia não permitirá que você coloque as manchetes nas manchetes. Eles decidirão o que dizer a seus leitores, espectadores ou ouvintes sobre o que está acontecendo. Não os trate como um membro da sua equipe; sugira, não dite, e o relacionamento seguirá em frente sem problemas.”

Comunicação dos Centros de Controle e Prevenção de Doenças e Riscos de Emergência.

CONSTRUINDO RELACIONAMENTOS POSITIVOS COM A IMPRENSA

Dependendo da gravidade e magnitude da pandemia, seu município poderá chamar a atenção de organizações de mídia nacionais e internacionais. Seja trabalhando com mídia local, nacional ou internacional, entender como eles funcionam e o que querem é o primeiro passo para a construção de um relacionamento positivo.

Seu objetivo mútuo deve ser uma cobertura consistente, precisa e confiável das notícias.

Esteja ciente de que, à medida que a pandemia se desenrola, pode haver uma lacuna entre o que você acredita que a mídia deve focar e o que realmente deseja saber. Sua função ao trabalhar com eles é fazer com que seus pontos sejam claros e consistentes e corrigir qualquer *informação incorreta*.

Aqui estão algumas diretrizes para trabalhar com a mídia:

- **Estabelecer relações de colaboração.** Como autoridade municipal, você provavelmente já estabeleceu um relacionamento com a mídia local. Construir esses relacionamentos antes do tempo facilitará a transmissão de suas mensagens durante uma crise. Você deve manter uma lista atualizada de contatos da mídia. Inclua o nome completo deles, organização a que pertencem, números de telefone, número de fax e endereço de e-mail. Isso permitirá que você faça uma ligação rápida para o editor de notícias do jornal local ou para o diretor de programa da estação de rádio local quando surgir uma situação.
- **Entenda a mídia.** A mídia vai relatar o que eles acham que são notícias, não necessariamente o que você diz a eles que é importante. Além disso, parte do trabalho de um jornalista é buscar várias perspectivas, fontes e opiniões sobre uma notícia. Não espere que os jornalistas façam favores por você, como relatar exatamente o que você pede, mesmo se você tiver um relacionamento amigável. Os representantes da mídia farão seu trabalho, mesmo em uma situação de crise.
- **Respeite a mídia.** Trate repórteres, editores e diretores de mídia com o mesmo respeito que você espera deles. Informe os representantes da mídia que você deseja ajudá-los a atingir seu objetivo de informar o público.
- **Conheça os prazos da mídia e forneça informações a eles a tempo.** As notícias das quatro horas começarão às quatro horas, esteja você pronto para uma entrevista ou não. E a mídia vai relatar algo. Portanto, é fundamental que seu porta-voz ou um membro de sua equipe de suporte de comunicação esteja disponível rotineiramente - possivelmente 24 horas por dia - para responder às perguntas dos repórteres a tempo de cumprir seus prazos.

EDUCANDO A MÍDIA

Parte do seu papel no trabalho com a mídia será educá-los. Você pode ajudar jornalistas e repórteres, fornecendo a eles informações básicas sobre a pandemia. Você também pode mandar jornalistas entrevistar especialistas em saúde ou desastres antes de uma crise. Esses especialistas podem servir como recursos confiáveis para obter informações precisas sobre o histórico. Você e esses especialistas podem ajudar a garantir que os jornalistas façam um bom trabalho, tornando as informações simples e fáceis para que o público as entenda.

GERENCIANDO RUMORES E INFORMAÇÕES GERAIS

RESPONDENDO A RUMORES E A MÁ INFORMAÇÕES

- Encontre-se com tomadores de decisão na mídia para discutir questões e definir estratégias comuns.
- Atenda de maneira proativa e objetiva às preocupações e expectativas de canais cuja cobertura é excessivamente crítica.
- Mencione pelo nome meios de comunicação específicos que forneceram relatórios imprecisos ou enganosos se continuarem a reportar dessa maneira.

Durante uma crise, a cobertura da mídia normalmente cobre uma mistura de informações precisas e imprecisas. É fundamental que você monitore as notícias para identificar rumores, informações falsas e percepções errôneas, a fim de responder adequadamente. Você e sua equipe precisam prestar atenção às notícias na televisão, rádio, jornais e Internet.

Quando você encontra informações imprecisas nas notícias, o nível da resposta do seu governo

deve corresponder à seriedade dos rumores. Respostas exageradas podem realmente dar mais credibilidade aos rumores. Um pequeno erro ou exagero em um jornal, por exemplo, não garante a mesma resposta que uma reportagem de 10 minutos na televisão cheia de informações erradas.

As respostas aos rumores devem ser sem emoção, claras e firmes, e não devem deixar margem para dúvidas. Você pode seguir as etapas descritas no quadro acima à esquerda para ajudá-lo a responder.

AS EXPECTATIVAS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM UMA CRISE

Durante uma crise, a mídia terá suas próprias expectativas em relação aos líderes e porta-vozes do governo. Eles esperam que porta-vozes e líderes:

- Forneçam acesso igual às informações para todos os canais.
- Respondam honestamente às perguntas deles.
- Garantam a liberação oportuna de informações.
- Dissipem os rumores rapidamente (ou eles continuarão a denunciá-los).
- Comprometam-se com um cronograma para disponibilidade de mídia.
- Forneçam especialistas no assunto (se desejar que eles relatem uma *visão oficial*).
- Retornem suas ligações.
- Forneçam informações precisas (ou indiquem que as informações são preliminares e podem mudar).
- Digam a eles quando não tiverem uma resposta e expliquem o que estão fazendo para obtê-la.
- Forneçam uma mensagem consistente durante os estágios de resposta da crise.
- Tenham pelo menos um entendimento básico sobre como o negócio de notícias funciona.
- Tratem-os com respeito.

MANUTENÇÃO DE RELATÓRIOS ENGAJADOS NO CENTRO DE COMANDO

No início de uma crise, a mídia naturalmente se reunirá no posto de *comando das comunicações*. Esse é o local físico que serve como ponto central para todas as comunicações relacionadas à crise e abriga a equipe de suporte de comunicações. É onde os jornalistas serão direcionados para obter respostas para suas perguntas.

No entanto, dentro de um curto período de tempo, eles começarão a vagar e buscar perspectivas alternativas sobre a crise. Se você deseja prolongar o tempo que os repórteres estão dispostos a investir na matéria oficial, faça valer a pena. Você pode, por exemplo, planejar que alguns de seus funcionários municipais se revezem informando-os e que especialistas no assunto forneçam informações básicas.

Você também pode tornar a mídia o mais confortável possível. Às vezes, isso é tão simples quanto fornecer comida e acesso aos banheiros. Após os estágios iniciais da crise, você pode realizar *sessões de notícias* para atualizar a mídia apenas uma vez por dia. Se você quiser que a mídia fique próxima ao posto de comando, considere agendar sessões diárias e regulares para mantê-los envolvidos.

ERROS COMUNS COM A MÍDIA NOS ESTÁGIOS INICIAIS DE UMA CRISE

Abaixo estão alguns dos erros comuns que os líderes cometem durante os estágios iniciais de uma crise.

- Lidar apenas com os favoritos ou guardar rancor contra um canal de mídia ou pessoa com quem você teve boas ou más experiências no passado. Você deve dar a todas as mídias acesso igual às informações durante uma crise.
- Tentativa de definir novas regras arbitrárias sobre como a mídia pode interagir com o grupo de resposta oficial. Se você possui regras, declare-as nos estágios de planejamento antes de uma crise. Entre em contato com a mídia e explique por que as regras existem e permaneça flexível.
- Tentativa de dizer a um repórter ou editor como fazer seu trabalho. De um líder, mesmo uma sugestão pode soar como uma ordem e, como a maioria dos profissionais, os jornalistas não gostam de receber instruções de

terceiros. Faça a sua prática iniciar qualquer recomendação com uma declaração de abertura, como, por exemplo: “Talvez seja útil. . .”

- Prestar mais atenção à mídia nacional ou internacional do que à mídia local. Mesmo que a crise seja grande o suficiente para a mídia nacional ou internacional aparecer, não descarte sua mídia local.

ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO DE CRISES E RISCOS PARA PORTA-VOZES

- Dê orientação antecipada. Se você puder prever problemas com os quais as pessoas precisam lidar em breve (como efeitos colaterais dos antibióticos), informe-os sobre o que esperar.
- Seja arrependido, não defensivo. Diga: “Desculpemos. . .” ou “Nós sentimos muitíssimo. . .” ao reconhecer erros ou falhas no seu município ou setor.
- Reconheça os medos das pessoas. Não diga às pessoas que elas não deveriam ter medo - eles têm direito a seus medos como faceta de sua humanidade.
- Reconheça a miséria compartilhada. Algumas pessoas, sentindo-se desesperadas e derrotadas, podem sofrer menos com medo do que com a miséria e até com uma sensação de tragédia que pode resultar de um evento catastrófico. Ajude-os a avançar em direção ao futuro.
- Expresse desejos. Diga: "Queria saber mais" ou "Queria que nossas respostas fossem mais definitivas".
- O pânico é menos comum do que se imagina e geralmente não vem de más notícias, mas de mensagens contraditórias. Se as pessoas se deparam com informações ou recomendações conflitantes, elas ficam sem fonte confiável de ajuda.
- Esteja disposto a responder às perguntas do tipo "e se", em que todos estão pensando e nas quais desejam respostas de especialistas. Se você não está preparado para abordar preocupações ou possibilidades, perde a credibilidade e a oportunidade de enquadrar as perguntas do tipo "e se" com razão e recomendações válidas.
- A mídia é importante durante as primeiras horas ou dias de uma emergência. Eles são os mais rápidos e, em alguns casos, a única maneira de alcançar o público durante uma emergência.
- Participe de todas as entrevistas da mídia com um objetivo específico. Tenha uma mensagem importante para entregar. Se você não tem uma mensagem, não tem um motivo para fazer a entrevista.

FORNECENDO OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E O PÚBLICO COM UM ESPECIALISTA EM CONTEÚDO

Um porta-voz principal é um membro essencial de qualquer equipe de resposta a emergências e deve estar familiarizado e com a confiança do público em geral e da mídia. Somente a imagem ou a voz do porta-voz pode representar a primeira mensagem que seu município envia durante uma emergência. Um porta-voz principal pode ser seu oficial de informações públicas, o coordenador de comunicações da equipe de resposta a emergências municipal, a autoridade máxima de um dos **setores do município** (como o diretor do seu ministério da saúde) ou um membro da equipe de liderança municipal.

O LÍDER MUNICIPAL COMO PORTA-VOZ

No Módulo 12, *Fundamentos da comunicação*, observa que ser um bom comunicador é um dos requisitos básicos para ser um porta-voz de sucesso. Mas os requisitos não param por aí. Ser porta-voz não é tão simples quanto ler uma declaração preparada. Os porta-vozes devem entender completamente a situação e o papel que desempenham.

Pesquisas esmagadoras mostram que um porta-voz credível pode influenciar comportamentos que podem salvar vidas. Os porta-vozes podem reduzir a ansiedade e o medo e ajudar as comunidades a se recuperarem rapidamente de uma pandemia. Para fazer isso, eles devem entender que não são apenas as palavras que entregam, mas também a maneira pela qual as palavras são expressas.

REALIZANDO CONFERÊNCIAS DE IMPRENSA OU DE NOTÍCIAS COM SUCESSO

Uma das decisões mais difíceis que você terá que tomar durante uma crise como uma pandemia será decidir se deve realizar conferências de imprensa e, nesse caso,

quando realizá-las. Como líder municipal, você pode decidir, em consulta com o coordenador de comunicações ou o oficial de informações públicas, quando convocar uma entrevista coletiva com base nas diretrizes abaixo

ORIENTAÇÕES PARA UM APRESENTAÇÃO EFICAZ NO RÁDIO

Se você está ligando para um programa ou sendo entrevistado em pessoa, as diretrizes a seguir podem ajudá-lo a alcançar os seus objetivos de comunicações e ser um eficaz porta-voz no rádio.

- Em uma entrevista, você será respondendo a perguntas ou confrontando declarações feitas pelo programa host, mas lembre-se de que seu público-alvo real é o público ouvinte do programa. Tente incluir um especialista em saúde pública na entrevista com você que pode responder perguntas sobre o pandemia de gripe e medidas públicas de saúde.
- Sua experiência como líder municipal provavelmente o ensinou como falar efetivamente e ouvir a sua comunidade. Mas é um bom lembrete para pensar em um membro do seu público, sentado em casa ou dirigindo para o trabalho, ouvindo o programa. Use sua voz para falar para esta pessoa de uma maneira que é persuasivo e convincente.
- Saiba o que você vai dizer antes de você começar. Tente escrever duas ou três notas para ajudar a coletar seus pensamentos e organize sua mensagens-chave.
- Se você estiver telefonando para o estação de rádio, ligue cedo ao programa, mesmo que você pode ser colocado em espera.
- Assuma sempre que os ouvintes não sabe muito sobre um problema como você sabe.
- Comece com a sua declaração mais importante e convincente. Quando estiver no ar, você terá pouco tempo para fazer seus pontos.
- Não perca a paciência. Se você receber perguntas agressivas, responda-as de maneira que leva os ouvintes de volta às suas principais mensagens.
- Sempre refere ouvintes para um site, número de telefone ou outro fonte oficial de informação para tomar medidas ou para aprender mais.

QUANDO REALIZAR UMA CONFERÊNCIA DE NOTÍCIAS

- É uma crise severa rápida, e o público clama por saber quem está no comando.
- Você tem uma mensagem ou recomendação urgente para o público.
- Você prometeu atualizar o público regularmente.
- Você tem notícias.

Se você decidir que uma conferência de imprensa é justificada, considere com antecedência *quem participará, quais assuntos serão abordados e quem responderá* a tipos específicos de perguntas.

Lembre-se de que a configuração da conferência de imprensa afeta o que a mídia e o público esperam. Se você sentar seus especialistas em mesas, isso implica que você tem informações suficientes para compartilhar e que todos devem parar e sentar. Se você não tem muita informação para compartilhar e planeja responder apenas algumas perguntas - ou nenhuma pergunta - não se sente. Em vez disso, tenha um único microfone em um suporte (não um pódio, se possível) onde você ou o líder da entrevista coletiva fala e se refere a outros especialistas somente se necessário.

A entrevista coletiva começa no minuto em que você entra na sala - não quando você se aproxima do microfone. Portanto, qualquer discussão com as pessoas ao seu redor - oficiais ou não - deve ocorrer em uma sala separada. E lembre-se de sempre assumir que todos os microfones estão ao vivo o tempo todo.

Consulte o Apêndice 1 para obter uma lista de verificação que você pode usar para planejar e organizar uma conferência de imprensa.

DICAS PARA O SUCESSO EM UMA CONFERÊNCIA DE NOTÍCIAS

Elimine distrações desnecessárias. Evite ser cercado no palco por membros de sua equipe ou por outras partes que possam se envolver em conversas. Mesmo enquanto os repórteres assistem você na frente da sala, eles podem estar ouvindo comentários que contêm informações confidenciais na parte de trás.

Forneça comunicação não verbal consistente. Muita

informação pode ser revelada com um aceno de cabeça ou um olhar confuso.

Mantenha todos fora da área da entrevista coletiva, exceto a mídia, sua equipe de comunicação e os principais participantes do evento.

Realize uma entrevista coletiva apenas quando tiver notícias ou mensagens importantes para o público. Se uma coletiva de imprensa não for apropriada, você poderá fornecer entrevistas a meios de comunicação individuais.

FALANDO NO RÁDIO

Algumas estações de rádio têm noticiários ou comentários. Um anfitrião pode falar sobre eventos atuais e entrevistar convidados ou receber chamadas telefônicas no ar. Esses programas de entrevista em rádio "Talk Radio" oferecem uma boa oportunidade para educar o público sobre o que fazer em situações de crise. Eles são uma das maneiras mais rápidas, fáceis e baratas de obter informações sobre um problema para a comunidade.

As entrevistas em rádio oferecem uma oportunidade para você falar diretamente ao público sobre importantes mensagens de saúde pública e compartilhar as ações que você está tomando para proteger seu município em situações de emergência como uma pandemia.

ESCREVER PARA A MÍDIA DURANTE UMA CRISE

As comunicações serão mais tranquilas se muitas das informações a serem transmitidas à mídia forem gravadas e esclarecidas antes de uma crise. Por exemplo, *antecedentes*, *fichas técnicas* e modelos básicos de *boletins de imprensa* *devem* ser preparados com antecedência, se possível. Trabalhe com sua equipe, seu coordenador de comunicações e sua equipe de resposta a emergências para garantir que as mensagens e todos os seus materiais de mídia são consistentes. Use linguagem simples e evite siglas e jargões; defina termos científicos que não podem ser evitados.

BOLETINS DE IMPRENSA

Você pode pensar no boletim de imprensa como uma atualização da crise para o público, fornecendo *quem, o que, quando, onde, por que e como* de uma situação. Ele deve ter as novas informações que você deseja transmitir ao público (como o fechamento de escolas ou o início de um novo programa de trabalho para alimentação). Os comunicados de imprensa não devem ter mais que uma ou duas páginas de comprimento e devem fornecer apenas informações básicas suficientes para fornecer o contexto da situação.

Um comunicado de imprensa deve indicar claramente suas mensagens mais importantes primeiro, seguidas de informações de suporte e geralmente deve incluir uma ou mais citações pré-aprovadas de líderes governamentais e / ou especialistas no assunto. Também deve ter informações de contato do indivíduo pelo qual a mídia pode solicitar mais informações ou entrevistas. As fichas técnicas ou outros materiais relacionados podem ser enviados para a mídia apropriada junto com o comunicado à imprensa. Os apêndices 2, 3 e 4 fornecem um modelo de comunicado à imprensa e dois exemplos.

FOLHAS E FUNDAMENTOS

A mídia gosta de ter fatos ou informações básicas que eles podem usar ao escrever ou relatar suas histórias. As informações específicas do evento devem ser incluídas no comunicado de imprensa. Detalhes adicionais, histórico e fatos de suporte devem ser fornecidos separadamente como "antecedentes" escritos ou fichas técnicas.

ASSESSORIAS DE MÍDIA

Os avisos de mídia são breves documentos enviados a jornalistas, organizações de notícias ou outros meios de comunicação que não devem ser publicados. Eles informam a mídia sobre um evento ou uma notícia futura. Os conselhos devem ser o mais breve e direto possível (aproximadamente meia ou uma página) e fornecer os detalhes mais

relevantes (*quem, o que, quando, onde e por que*). No caso de um surto de doença incomum, como uma pandemia de influenza ou no caso do coronavírus causador da COVID 19, os avisos também devem conter uma mensagem importante e, às vezes, uma citação indicando a resposta específica do município. Inclua as informações de contato da pessoa que pode ajudar os repórteres com suas perguntas ou pedidos de entrevista. Use uma chamada de acompanhamento para confirmar o recebimento e fornecer informações adicionais. (O apêndice 5 fornece um modelo de comunicado à mídia que você pode modificar para uso em seu município.)

Diretrizes para disseminar comunicados à imprensa e avisos à mídia:

- Envie seu comunicado à imprensa e a todos os meios relevantes por fax ou e-mail (ou ambos, se necessário, para garantir a entrega).
- Identifique, com antecedência, as pessoas a quem você deseja enviar seus avisos e boletins de imprensa (*press releases*). Endereça faxes e e-mails diretamente a essas pessoas e peça para falar com elas durante o acompanhamento.
- A autoridade municipal principal, seu oficial de informação pública ou seu coordenador de comunicação designado devem acompanhar uma ligação ou e-mail para confirmar o recebimento e verificar se há alguma dúvida. Mantenha sua conversa breve e cortês o tempo todo.
- Esteja preparado para reenviar seu comunicado à imprensa para aqueles que dizem que não o receberam.
- Verifique se sua equipe e o porta-voz oficial têm cópias de qualquer material enviado ao mesmo tempo que a mídia envia.

CARTAS AO EDITOR E EDITORES DE OPINIÃO

Os jornais podem imprimir cartas ao editor e opiniões em suas páginas editoriais. Estes são enviados pelos leitores, não escritos pela equipe do jornal, e também são chamados de artigos de opinião. Normalmente, durante uma resposta à crise, você não terá tempo para escrever uma carta ao editor ou um *editorial ou opinião*, mas, após o término da crise, convém considerar essa maneira de transmitir sua mensagem.

Uma carta ao editor ou a um editor de opinião pode colocar em perspectiva sobre o evento da pandemia e oferecer sugestões de preparação e resposta a emergências futuras. Isso também pode ser um instrumento poderoso para recuperar a vida normal e incentivar as pessoas a retomar as atividades normais, reconhecendo as perdas de vidas humanas e o impacto em sua economia. Você pode continuar escrevendo cartas que criarão resiliência na comunidade e ajudarão a se preparar para emergências futuras.

Para publicar seu artigo ou carta ao editor, comece ligando para a publicação (jornal ou revista) para descobrir o nome da pessoa de contato relevante e os meios preferidos da publicação (fax ou e-mail) para receber envios para a página de opinião. Ao enviar um artigo, inclua uma breve carta de apresentação explicando quem você é (por exemplo, descreva seus antecedentes ou qualificações) e por que suas opiniões são importantes.

O Apêndice 6 fornece uma amostra da carta de apresentação de um artigo de opinião, e o Apêndice 7 fornece uma amostra de artigo de opinião relacionado à pandemia que pode ser adaptado às necessidades do seu município e enviado ao jornal local.

DICAS PARA ESCREVER E COLOCAÇÃO DE LETRAS NO EDITOR OU OP-EDS

Faça um esboço. Isso vai te ajudar manter o foco e lembrá-lo de cobrir pontos-chave.

- Escolha um assunto por submissão.
- Expresse uma opinião e declare claramente no começo.
- Não assuma que seus leitores estão cientes do problema ou do seu ponto de vista. Dê a eles o suficiente informações básicas para ajudar eles seguirem sua lógica.
- Apoie sua posição com estatísticas ou resultados de estudos, mas não enterrar leitores com números.
- Use histórias apropriadas (você pode fazer referência a um evento de notícias recente ou história).
- Limite sua carta ao editor para não mais que 250 palavras (ou como o jornal exige). Faça suas palavras contarem. Lembre-se disso editores editarão letras longas.
- Mantenha seu artigo no máximo 800 palavras.
- Inclua um "por linha" no final do seu artigo consistindo do seu nome completo, cidade e seu título ou posição.

DESAFIOS ESPECÍFICOS E ORIENTAÇÃO PARA PORTA-VOZES

Como rosto da resposta do município a uma crise, o porta-voz principal precisará estar preparado para se comunicar com uma variedade de audiências em uma variedade de situações.

Seguem alguns conselhos específicos para ajudá-lo a se preparar.

ALCANÇANDO SUA AUDIÊNCIA

No meio de uma crise, lembre-se de que você está se comunicando com pessoas magoadas, confusas, ansiosas e possivelmente com raiva. Não deixe a mídia distraí-lo ou levá-lo a responder de forma inadequada. Lembre-se de que as emoções e os comportamentos do seu público-alvo são sua preocupação.

- Antes de participar de uma entrevista ou falar ao microfone, lembre-se do seu público principal e de suas preocupações, formando uma imagem mental do público que você está tentando alcançar.
- Para ajudar a manter o foco, imagine sua avó, filho, irmã ou outro membro da família. Humanize seu público porque eles estão assistindo todos os movimentos que você faz na frente da câmera.

Lembre-se de que você não está respondendo às perguntas da mídia, mas sim das pessoas da sua comunidade que querem saber o que podem fazer para se proteger. Eles querem saber quem são os indivíduos e as organizações que podem pedir ajuda.

COMUNICAÇÃO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS E CIENTÍFICAS

Para se comunicar efetivamente com o público em geral, sua equipe de suporte de comunicações precisará criar mensagens livres de jargão científico e linguagem técnica.

Ao comunicar mensagens importantes por meio de uma entrevista ou entrevista coletiva, lembre-se do seguinte:

- Use nomes e termos de forma consistente durante toda a emergência.
- Evite siglas e jargões, como *CDC, OMS, morbidade, profilaxia ou razão de chances*. Se alguns termos técnicos não puderem ser evitados, forneça definições claras.
- Escolha os materiais visuais que você sabe que a mídia deseja e verifique se as informações veiculadas são explicadas completamente.
- Use esses recursos visuais para esclarecer suas principais mensagens e informações de suporte.
- Ao decidir se as informações que você deseja compartilhar são relevantes, avalie não apenas a quantidade de informações que você deve compartilhar, mas também se isso irá prejudicá-lo, causando medo ou confusão indevidos.
- Use quadros de referência familiares para explicar medidas de quanto, quão grande ou quão pequeno e tente criar imagens mentais dessas medidas. Por exemplo, se as autoridades recomendam distanciamento social, mostre a que distância as pessoas devem se afastar.

TRABALHANDO COM REPÓRTERES

Abaixo estão os obstáculos mais comuns enfrentados pelos porta-vozes ao entrevistar repórteres. A preparação antecipada de como você enfrentará esses obstáculos ajudará você a ter uma entrevista bem-sucedida na qual poderá se concentrar em aproveitar a oportunidade de transmitir suas principais mensagens.

1. Não deixe um repórter colocar palavras na sua boca. O repórter pode usar palavras inflamatórias ou emocionalmente carregadas. Evite repeti-los.
2. Se uma pergunta contiver linguagem inicial ou inflamatória, renomeie a pergunta para eliminar essa linguagem e, em seguida, responda à pergunta.
3. Não assuma que o repórter está correto se alegar que alguém fez uma denúncia. Não reaja às novas informações fornecidas por um repórter. Em vez disso, diga "eu não ouvi isso" ou "eu precisaria verificar isso antes que pudesse responder".

4. Se um repórter deixar um microfone na sua frente depois de responder à pergunta, pare. Não responda a pergunta novamente ou adicione à sua resposta. Em vez disso, diga "Você tem outra pergunta?" Diga com naturalidade, sem sarcasmo ou expressando aborrecimento.
5. Antecipe perguntas. Trabalhe com seu oficial de informações públicas ou seu coordenador de comunicações para descobrir o maior número possível de perguntas possíveis e elaborar as respostas.
6. Nuances contam. Uma mudança de palavra aqui ou ali pode fazer a diferença na forma como sua resposta é recebida. Qual é o argumento que você deseja enfatizar? O que soa verdadeiro e não soa evasivo?
7. Faça o seu ponto. Prepare sua mensagem principal com antecedência. Tente expressar sua mensagem nos primeiros 30 segundos da entrevista e em menos de 90 palavras.
8. Não finja. Se você não souber a resposta, diga. Se não estiver na sua área de especialização, diga-o. Comprometa-se a encontrar a resposta.
9. Nunca fale depreciativamente de ninguém, nem mesmo como uma piada, e não atribua culpa.
10. Não responda a perguntas hipotéticas. Renomeie a pergunta de uma maneira que atenda às preocupações legítimas do público.
11. Não peça aos repórteres que permitam que você analise os artigos ou entrevistas finalizados antes da publicação. Ofereça-se para esclarecer as informações para eles enquanto preparam sua peça.
12. Divida as perguntas com várias partes e responda cada parte separadamente.
13. Não levante questões que não deseja que sejam impressas ou nas notícias.
14. Não diga "nenhum comentário" em resposta à pergunta de um repórter. Em vez disso, indique por que você não pode responder a essa pergunta. Diga que o assunto está sob investigação ou, simplesmente, que você não é a pessoa apropriada para responder a essa pergunta.

EXPRESSANDO EMPATIA, SIMPATIA E DANDO INSTRUÇÕES PARA A AÇÃO

Como porta-voz, será importante lembrar que o público em geral procura uma expressão de empatia (compreensão) e simpatia (carinho) daqueles que estão no poder, e eles o verão como seu representante. Se você deixar que suas palavras transmitam uma compreensão sincera do que as pessoas do seu município estão sentindo, dará um grande salto no sentido de conquistar sua confiança.

Exemplos do que dizer:

- “Entendo que esta situação pode ser assustadora. . . ”
- “Sei que vocês estão procurando respostas para perguntas importantes. . . ”
- “Também queremos respostas e estamos tomando medidas para obtê-las, inclusive. . . ”
- “Este é um momento confuso para nós. É uma tragédia tão horrível que enfrentamos hoje. ”

Lembre-se de dizer que ações têm sido tomadas em resposta à crise e se concentre em medidas positivas que podem ser tomadas.

Não memorize simplesmente palavras de empatia. Procure ser um líder compassivo e mostre como os membros do seu

município podem responder não como vítimas, mas como ajudantes. Expresse sua preocupação e depois dê instruções para a ação. Esses dois passos, nessa ordem, ajudarão você e sua comunidade no início do desastre. Um líder que está compartilhando o risco, como parte da comunidade afetada, pode pedir à comunidade que assuma o fardo e ajude os outros.

RESPONDENDO AO LUTO

Em um evento catastrófico, muitas pessoas podem estar doentes, morrendo ou precisando de tratamento, e talvez seja seu trabalho conversar com elas sobre o que está acontecendo. Os líderes que se comunicam diretamente com membros de uma comunidade que estão sofrendo extrema dor e tristeza resultantes da perda de entes queridos devem estar especialmente conscientes do sofrimento que é experimentado.

O luto é uma emoção universal, mas duas pessoas não a experimentam da mesma maneira. Lembre-se destes conceitos básicos em situações de emergência altamente emocionais:

Empatia com os indivíduos afetados pela doença e suas famílias

A privacidade é importante; garantir aos envolvidos que as informações que eles compartilham serão mantidas em sigilo.

- Tente não responder perguntas fora da sua área de especialização; peça à pessoa envolvida que o encaminhe a um especialista.
- Se você tentar fazer contato físico com uma pessoa em luto e ela ficar tensa ou recuar ao seu toque, não leve para o lado pessoal.
- Os membros da família podem expressar seus sentimentos com bastante força. Breves declarações de condolências, como "Sinto muito", "Este é um momento triste" ou "Você está em minhas orações" são respostas suficientes da sua parte.

Ouçã com atenção

- Coloque as necessidades do palestrante acima das suas.
- Seja sempre honesto em suas respostas.
- Tente não interromper o orador para aconselhá-lo.
- Aceite momentos de silêncio.

Foco em uma melhor comunicação.

- Sempre que possível, use o nome da pessoa na conversa.
- Faça uma pergunta esclarecedora (por exemplo, "Você pode me ajudar a entender?")
- Permita que a conversa evolua - resista à tentação de empurrá-la para onde você espera que ela vá.
- Seja sensível à nacionalidade, etnia, religião, idade, valores e sentimentos da pessoa.

Finalmente, use as palavras *morte* ou *morrendo*, não os eufemismos mais suaves. Muitas pessoas sentem-se apadrinhadas por palavras como vencidas ou expressões como as que receberam sua recompensa celestial. Use as mesmas palavras que a pessoa enlutada pode usar e será capaz de transmitir respeito pelas diferenças culturais e religiosas.

CONCLUSÃO

Seu trabalho com a mídia durante uma situação de crise envolverá a construção de relacionamentos fortes e positivos; ter materiais impressos claros e concisos; e ter um porta-voz qualificado e bem preparado. Tudo isso deve representar as metas de comunicação de emergência do seu município.

CHECKLIST PARA UMA COLETIVA DE IMPRENSA

Uma coletiva de imprensa pode ser uma boa maneira de fornecer informações à mídia. Leve em consideração os seguintes itens ao planejar e realizar uma conferência de imprensa.

PLANEJE A DATA, A HORA E A LOCALIZAÇÃO

- () Você deu à mídia o máximo de antecedência possível?
- () O seu evento está em um local facilmente acessível à mídia?

CONVITE MÍDIA CHAVE A PARTICIPAR ENVIANDO UM CONSELHO DE MÍDIA

- () Seu comunicador de mídia deve fornecer a data, hora e local da entrevista coletiva; o assunto a ser discutido; os nomes das pessoas que estarão falando ou participando; os nomes das pessoas de contato das quais a mídia pode obter informações avançadas (e acompanhamento); e uma lista de idiomas em que materiais serão fornecidos?
- () Você fez chamadas de acompanhamento antes da coletiva para lembrar os repórteres sobre o evento?

PREPARAR A SALA

- () A sala em que sua conferência de imprensa ocorrerá inclui uma área de palco, cadeiras, um pódio e microfones?
- () Você verificou se todo o equipamento está funcionando corretamente?
- () Você alugou uma caixa múltipla (ou caixa de imprensa) de uma empresa de áudio/visual para repórteres de transmissão se conectarem? (Uma caixa múltipla se conecta a um alto-falante ou mixer alimentado para permitir muitas gravações separadas de um sinal de áudio.) Lembre-se de que caixas múltiplas podem não ser necessárias em áreas com tecnologia mais avançada.
- () O nome (e o logotipo) do seu setor ou departamento estão claramente visíveis na frente do seu pódio ou atrás do alto-falante?
- () Você tem um plano de backup para possíveis falhas?

FORNECER MATERIAIS DE MÍDIA

- () Você preparou kits de mídia que incluem comunicados à imprensa, nomes e biografias de oradores, fichas técnicas ou outros materiais que possam ajudar os repórteres a estarem melhor preparados para escrever suas histórias?

ESTEJA PREPARADO

- () Os principais porta-vozes ensaiaram as principais mensagens desenvolvidas para o evento e estão prontos para responder a perguntas?
- () Seus porta-vozes sabem quais são as informações mais importantes e como manter o foco, mesmo que sejam feitas perguntas que digam respeito a outros assuntos?
- () Você desenvolveu respostas para perguntas potencialmente controversas que podem ser feitas?
- () Você já discutiu com antecedência quais pontos-chave serão apresentados por cada porta-voz?
- () Você designou um moderador para manter a conferência dentro do cronograma, estabelecer regras básicas e perguntas dos repórteres de campo?
- () Você definiu um horário claro para terminar a entrevista coletiva?
- () Você disponibilizou um porta-voz em espanhol (ou outro porta-voz em idioma apropriado) na entrevista coletiva? Você fez uma referência a esse fato em seus materiais de mídia?

SEJA CUIDADOSO

() Você garantiu que todas as perguntas sejam respondidas durante a entrevista coletiva? Se um porta-voz não souber a resposta para uma pergunta, verifique se um membro da equipe encontra a resposta após a entrevista coletiva e a disponibilize ao repórter o mais rápido possível. Se possível, permita que os porta-vozes estejam disponíveis para responder perguntas individualmente com os repórteres após a conferência.

() Você designou alguém para fazer, durante a entrevista coletiva, as perguntas que os repórteres podem deixar de fazer?

MONITORAMENTO DA PRESENÇA E ACOMPANHAMENTO

() Você pediu aos repórteres para assinarem a presença? Isso fornecerá uma lista, para referência futura, daqueles que compareceram (que podem ser usados para criar sua lista de contatos de mídia para futuros comunicados de imprensa e avisos de mídia) e aqueles que não compareceram (o que é útil para acompanhar representantes de mídia que estavam incapazes de participar da conferência de imprensa).

() Você ofereceu ao pessoal de mídia essencial que não pôde comparecer à entrevista coletiva uma entrevista por telefone com um dos porta-vozes ou enviou um kit de mídia para eles?

BOLETIM DE IMPRENSA ('PRESS RELEASE')

Use o papel timbrado da sua agência ou inclua seu logotipo na parte superior.

PARA DIVULGAÇÃO IMEDIATA

Data (inclua também a hora em que mais de uma liberação for emitida em um dia)

Informações de Contato

Pessoa de contato

Número de telefone

Número de fax

Endereço de e-mail

Endereço do website

MANCHETE

Cidade, estado, data - parágrafo inicial: deve ser curto e conter as informações mais cruciais - quem, o quê, quando, onde, por que e como - como ações, decisões e recomendações do governo.

Segundo e parágrafos subsequentes: deve fornecer todos os detalhes necessários e apenas informações básicas suficientes para fornecer contexto (outras informações gerais devem ser incluídas em antecedentes ou fichas técnicas). Inclua citações de funcionários do governo, especialistas e outros atores relevantes.

Se o comunicado de imprensa ultrapassar uma página, verifique se todas as informações mais importantes aparecem na primeira página. Certifique-se que o comunicado de imprensa continua na próxima página, incluindo o seguinte na parte inferior da primeira página, centralizado:

- Mais -

Continue na segunda página (se houver) com uma versão resumida do título e do número da página, da seguinte maneira:

Título abreviado - Página 2

No final do boletim, resuma as informações mais cruciais pela última vez e forneça uma fonte para mais informações acessíveis ao público, como endereço de site ou número de telefone (por exemplo, uma linha direta).

O último parágrafo deve fornecer uma breve descrição da agência ou organização que emitiu o comunicado de imprensa, incluindo (se relevante) sua localização e endereço do site.

Sempre inclua três símbolos de libra (ou marcas de hash) centralizados na parte inferior da última página para indicar o final do comunicado de imprensa.

###

COMUNICADO DE IMPRENSA A - DEPARTAMENTO DE SAÚDE DE TWO RIVERS ("AS ESCOLAS PERMANECERÃO ABERTAS")

A seguir, é apresentado um modelo de comunicado à imprensa que o Departamento de Saúde Pública de Two Rivers, em Nebraska, fornece ao setor de escolas públicas para uso no caso de uma pandemia de influenza durante a qual as escolas ainda permanecerão abertas.

PARA LANÇAMENTO IMEDIATO: (DATA) **Contato:** (nome e número do Oficial de Informação Pública)

TWO RIVERS DEPARTAMENTO PÚBLICO DE SAÚDE - AS ESCOLAS ESTÃO ABERTAS, MAS OS PAIS DEVEM SE PREPARAR

Two Rivers, NE, Data - As escolas permanecerão abertas apesar do surto de pandemia de influenza no município, mas os pais devem se preparar para possíveis fechamentos se o vírus continuar a se espalhar.

Os funcionários da escola, o Departamento de Saúde e Serviços Humanos de Nebraska, o Departamento de Educação de Nebraska e o Departamento de Saúde Pública de Two Rivers estão trabalhando juntos para monitorar a situação, e os pais serão atualizados com todas as informações importantes.

“No momento, acreditamos que os alunos podem assistir às aulas com segurança e as escolas permanecerão abertas. Nossos pensamentos estão com todas as nossas famílias e crianças afetadas”, disse Terry Krohn, diretor do Departamento de Saúde Pública de Two Rivers.

Se a gripe pandêmica continuar a se espalhar e mais estudantes ficarem doentes, as autoridades de saúde dizem que podem precisar pedir que as escolas sejam fechadas por um período de tempo. Eles estimulam que os pais comecem a planejar agora os cuidados infantis em suas casas. As autoridades de saúde dizem que os pais podem ajudar a proteger seus filhos e impedir a propagação da gripe pandêmica, assim como resfriados e outras doenças, tomando as seguintes precauções:

- Ensine seus filhos a lavarem as mãos frequentemente com água e sabão por 20 segundos. Certifique-se de dar um bom exemplo, fazendo isso sozinho.
- Ensine seus filhos a cobrirem a boca ao tossir e espirrar com lenços de papel ou tossindo no interior do cotovelo. Certifique-se de dar um bom exemplo, fazendo isso sozinho.
- Ensine seus filhos a ficarem pelo menos um metro e meio de pessoas que estão doentes. As pessoas doentes devem ficar em casa longe do trabalho ou da escola e evitar outras pessoas até melhorarem.

As autoridades de saúde apontam que as recomendações podem mudar durante o curso de uma pandemia de influenza. Para atualizações da escola, os pais podem ligar para a linha direta do distrito escolar em (INSERIR NÚMERO) ou para o Departamento de Saúde Pública de Two Rivers pelo telefone (NÚMERO) ou pelo telefone gratuito (NÚMERO). Para obter mais informações sobre gripe pandêmica, visite o site do departamento de saúde pública de Two Rivers em www.tworiverspublichealth.com ou o site do governo federal em www.pandemicflu.gov.

A missão do Departamento de Saúde Pública de Two Rivers é avaliar e monitorar o estado de saúde do distrito e facilitar a ligação de recursos para garantir que os serviços de promoção e prevenção da saúde atendam às necessidades do público em Buffalo, Dawson, Franklin, Gosper, Harlan, Kearney e condados de Phelps.

###

COMUNICADO DE IMPRENSA B - DEPARTAMENTO DE SAÚDE DE TWO RIVERS ("AS ESCOLAS FECHARÃO")

A seguir, é apresentado um comunicado à imprensa que o Departamento de Saúde Pública de Two Rivers, em Nebraska, fornece ao setor de escolas públicas para uso no caso de uma pandemia de gripe que exige o fechamento das escolas. (Um comunicado de imprensa semelhante seria emitido quando as escolas reabrissem.)

PARA LANÇAMENTO IMEDIATO: (DATA) **Contato:** (nome e número do Oficial de Informação Pública)

AS ESCOLAS FORAM COMUNICADAS QUE DEVEM SER FECHADAS

OFICIAIS DA ESCOLA LOCAL E O DEPARTAMENTO DE SAÚDE PÚBLICA DE TWO RIVERS

Two Rivers, NE- Data: As escolas foram fechadas pelas autoridades escolares locais, pelo Departamento de Educação, Serviços de Saúde e Recursos Humanos de Nebraska e pelo Departamento de Saúde Pública de Two Rivers, por funcionários da escola local, de Nebraska e pelo Departamento de Saúde Pública de Two Rivers como resultado do surto de uma pandemia de gripe no município.

As escolas podem ficar fechadas por um período de tempo - dias ou até semanas. Como o vírus é facilmente transmitido de pessoa para pessoa, faculdades, creches e pré-escolas também foram obrigadas a fechar. Como não é seguro para grandes grupos de pessoas se reunir, as autoridades de saúde alertam as pessoas para ficar longe de shopping centers, centros comunitários e outros lugares onde os vírus podem ser espalhados.

“Sabemos que este é um momento de ansiedade para a nossa comunidade, e nosso coração se dirige àqueles que estão doentes. Estamos trabalhando em estreita colaboração com as escolas para lidar com a situação e manteremos os pais atualizados com qualquer informação importante”, disse Terry Krohn, diretor do Departamento de Saúde Pública de Two Rivers.

Segundo o Departamento de Saúde Pública de Two Rivers, o objetivo de fechar as escolas é limitar o contato entre as crianças, diminuir o risco de adoecer e limitar a propagação da infecção.

Como muitas pessoas estão doentes com gripe, as autoridades de saúde reconhecem que pode ser difícil conseguir uma consulta médica, ir a uma clínica ou até mesmo ser vista em uma sala de emergência do hospital.

Eles forneceram algumas dicas para os residentes cuidarem dos doentes em casa:

- Faça com que bebam muito líquido (suco, água).
- Mantenha a pessoa doente o mais confortável possível. O descanso é importante.
- Para adultos com febre, dor de garganta e dores musculares, use ibuprofeno (Motrin) ou acetaminofeno (Tylenol). Não use aspirina em crianças ou adolescentes; isso pode causar a síndrome de Reye, uma doença com risco de vida.
- Mantenha lenços e um saco de lixo ao alcance da pessoa doente.
- Verifique se todo mundo em sua casa lava as mãos com frequência.
- Mantenha as pessoas doentes com gripe afastadas das pessoas que não estão doentes.

Mais informações sobre influenza pandêmica estão disponíveis no site do Departamento de Saúde Pública de Two Rivers, no endereço riverspublichealth.com ou ligando para o Departamento de Saúde Pública de Two Rivers, no número (NÚMERO) ou ligação gratuita em (NÚMERO).

A missão do Departamento de Saúde Pública de Two Rivers é avaliar e monitorar o estado de saúde do distrito e facilitar a vinculação de recursos para garantir que os serviços de promoção e prevenção da saúde atendam às necessidades do público nos municípios de Buffalo, Dawson, Franklin, Gosper, Harlan, Kearney e Phelps.

###

MODELO CONSULTIVO DE MÍDIA

Um comunicado à mídia visa direcionar a mídia a participar de um evento - como uma campanha de vacinação ou uma entrevista coletiva.

*Por se parecer com um convite, responde apenas às perguntas mais importantes que a mídia deseja saber: quem, **o que, quando, onde, e por que.***

*Envie o comunicado à mídia local **antes** do evento e novamente **no dia do** evento. Ligue para os repórteres e as redações **na manhã** do evento como um lembrete e para confirmar sua presença.*

Se os representantes da imprensa confirmarem sua presença, configure uma área de hospitalidade da mídia na qual os repórteres possam assinar e reunir materiais da mídia, como uma ficha técnica ou informações biográficas sobre o (s) orador (s) convidado (s). Saiba quando e onde seus porta-vozes estarão disponíveis.

Abaixo está um modelo de assessoria de imprensa que os Centros de Controle e Prevenção de Doenças recomendam para uso durante uma Semana de Vacinação contra a Gripe.

PARA DIVULGAÇÃO IMEDIATA

CONTATO: Tom Jones

Agência ou Organização

Telefone: (916) 555-5555

Fax: (916) 555-5500

[NOME DO SEU DEPARTAMENTO] Realiza [EVENTO] como parte da Semana Nacional de Vacinação contra a Gripe

[Cidade, estado] - [Nome do seu departamento] está hospedando um [evento], que deve envolver mais de [número mínimo de participantes esperados] de [nome (s) da área (s)].

QUEM: [Liste todos os oradores, especialistas e outros participantes importantes que possam interessar à imprensa. Inclua títulos sempre que possível.]

O QUE: [Forneça detalhes adicionais sobre o evento (por exemplo, Quais atividades estão agendadas).]

ONDE: [Endereço do local do evento]

QUANDO: [Data e hora do evento]

POR QUE: A Semana Nacional de Vacinação contra a Gripe oferece uma importante oportunidade para a nossa comunidade dizer às pessoas o quão importante é obter uma vacina anual contra a gripe. Ser vacinado é a melhor maneira de as pessoas protegerem não apenas a gripe, mas também seus entes queridos.

CONTATO: [Nome, número (s) de telefone, fax e endereço de e-mail do contato]

Para mais informações sobre influenza e a vacina contra influenza, visite www.cdc.gov/flu e [Inserir departamento / organização Website, se aplicável].

###

MODELO DE CARTA PARA UM EDITOR DE OPINIÃO

Data

Sr (a) NOME

Editor da página editorial

Título da publicação

Caro Sr. (a) NOME,

Anexado à sua consideração está um artigo escrito pelo Dr. XXXX, Chefe da Unidade de Gripe Aviária do Ministério da Saúde [*o autor do artigo deve ser uma figura nacional ou local respeitada, idealmente alguém com experiência em saúde pública*], destinado a criar conscientização sobre a gripe aviária e pandêmica entre líderes de opinião e tomadores de decisão em nosso país e incentivar todos os leitores a reconsiderar nossos esforços de preparação para pandemia.

Como você certamente já sabe, o Dr. XXXX é um epidemiologista respeitável, com considerável experiência em lidar com sucesso com várias crises de saúde pública na região [*inclua uma breve biografia do autor e por que ele está qualificado para falar sobre esse assunto*]. Em outras palavras, ele é um cientista com grande autoridade para falar sobre esse assunto.

A ameaça de uma pandemia de gripe ainda permanece sobre nós. Segundo as estatísticas da Organização Mundial da Saúde, mais de 256 dos 417 casos humanos confirmados de influenza aviária (H5N1) resultaram em morte [*use informações atualizadas*]. Se o vírus sofrer uma mutação que transmita facilmente de humano para humano, pode ocorrer uma pandemia. As comunidades precisam estar preparadas para responder a uma pandemia, e os líderes precisam garantir que os esforços de preparação sejam suficientes para mitigar os efeitos dessa crise.

Estamos emparelhando o artigo em anexo "Como estamos preparados para lidar com uma crise?" com uma folha de perguntas e respostas sobre influenza aviária e pandêmica, na tentativa de esclarecer mais essa questão.

Agradecemos imensamente sua ajuda na disseminação de informações sobre esse importante assunto, autorizando a publicação deste artigo.

Atenciosamente,

Seu nome

Seu título

###

AMOSTRA OP-ED SOBRE INFLUENZA PANDÊMICA**COMO PREPARAR-SE PARA LIDAR COM UMA CRISE?**

Quatorze casos humanos de influenza aviária foram registrados em todo o mundo nas primeiras semanas de 2009 (sete na China, cinco no Egito e dois no Vietnã). Quase metade (seis) desses casos foram fatais. A investigação da fonte de infecção revela que as pessoas infectadas entraram em contato com aves doentes ou mortas.

Mais perto de nossa região, no Canadá, um surto de gripe aviária surgiu no início de 2009 entre os perus em uma fazenda na Colúmbia Britânica. Mais de 60.000 animais foram destruídos. Não há indicações de que o vírus tenha se expandido além desta fazenda, localizada perto de Vancouver. Não foram relatados casos de pessoas infectadas. Os testes realizados indicam que a cepa do vírus detectada nos perus é de gravidade relativamente baixa.

Um vírus da gripe aviária de alta gravidade (altamente patogênico), como o H5N1, pode infectar seres humanos e resultar em morte, como aconteceu com 256 pessoas em vários países nos últimos seis anos, segundo dados da Organização Mundial da Saúde.

Até agora, nenhum país das Américas sofreu um surto de influenza aviária altamente patogênica, mas nos últimos anos outros subtipos do vírus da influenza aviária (H5N2, H7N3) causaram surtos no Chile, EUA e México - além do Canadá - que foram controlados e erradicados com sucesso. As agências de saúde pública ainda não relataram nenhum sinal da doença entre os seres humanos neste hemisfério. No entanto, a região é considerada de risco crescente devido à velocidade com que o vírus pode se espalhar.

Se uma cepa como a que ocorreu em 1918, conhecida como gripe espanhola (que matou cerca de 50 milhões de pessoas em todo o mundo), surgisse nos próximos anos ou meses, é muito provável que não houvesse uma vacina eficaz para a primeira onda da pandemia, que os medicamentos antivirais não estariam amplamente disponíveis e que os hospitais ficariam muito cheios para tratar a maioria dos casos. Estamos preparados para lidar com esse cenário?

Devido às características conhecidas da doença, suas prováveis formas de propagação e a falta de uma vacina eficaz ou outra solução médica, devemos combinar esforços médicos com voluntários e medidas de proteção social em larga escala lideradas por autoridades nacionais, regionais e municipais. Se ocorrer uma pandemia, a gripe provavelmente se espalhará por uma pessoa tossindo ou espirrando em outra, por contato físico direto ou indireto (por exemplo, através de um objeto tocado pela pessoa infectada) ou pela respiração do ar contaminado com o vírus. Nesse caso, será necessário aplicar o medidas de distanciamento social, como fechar escolas e igrejas, cancelar reuniões públicas e fazer com que os funcionários fiquem em casa longe do trabalho. Informar o público e os meios de comunicação apropriados por parte das autoridades será essencial para gerenciar a crise.

Hoje, devemos fazer a nós mesmos as seguintes perguntas: Temos serviços médicos suficientes para tratar milhares de pessoas doentes em caso de um surto? Preparamos um plano de ação conjunto para diversas instituições, públicas e privadas, para manter a ordem pública, garantir o acesso aos alimentos, conter a disseminação do vírus, mitigar a doença entre os afetados e gerenciar várias mortes? Estamos preparados para garantir a continuação dos serviços básicos nos níveis nacional, municipal e provincial, quando sabemos que muitos trabalhadores não poderão trabalhar por um determinado período de tempo e que a força de trabalho reduzida afetará o funcionamento normal da sociedade como um todo? Como vamos gerenciar a escassez de produtos básicos? Preparamos todos os cidadãos para tomar medidas para evitar adoecer?

Agências internacionais e vários profissionais e autoridades governamentais em nosso país fizeram grandes esforços para preparar e garantir que seremos capazes de responder a uma emergência causada por um surto de uma doença como a gripe aviária.

Mas devemos nos perguntar se esses esforços são suficientes. Uma pandemia de gripe aviária em nosso país pode gerar consequências econômicas e sociais incomensuráveis. O país inteiro pode ficar paralisado por algum tempo. Se não estivermos preparados para a crise, poderemos vivenciar um cenário de mortalidade excessiva.

Cidadãos e políticos devem se comprometer agora, antes que ocorra uma crise.

[Certifique-se de incluir a linha "do autor" (que escreveu a carta) no final do artigo. Um exemplo pode ser:]

John Smith

Chefe da Unidade de Gripe Aviária

Divisão de Epidemiologia, Ministério da Saúde

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brennan, B. 2007. Crisis and outbreak communication: Pandemic flu and other disasters. Presentation. Washington, DC: Pan American Health Organization. www.ops-oms.org/English/AD/Crisis&OutbreakComm_Presentation_Bryna_Brennan_Eng.ppt (accessed April 30, 2009).
- CDC (U.S. Centers for Disease Control and Prevention). October 2008. *CDC Influenza awareness campaign media relations toolkit*. Atlanta, GA: CDC. <http://www.cdc.gov/flu/nivw/pdf/about.pdf> (accessed May 27, 2009).
- Chess, C. 1989. Encouraging effective risk communication in government: Suggestions for agency management. In *Effective risk communication*, ed. V.T. Covello, D.B. McCallum, and M.T. Pavlova. New York: Plenum Press.
- Chess, C., B.J. Hance, and P.M. Sandman. 1988. *Improving dialogue with communities: A short guide to government risk communication*. Trenton, NJ: New Jersey Department of Environmental Protection.
- HHS (U.S. Department of Health and Human Services), CDC. 2002. *Crisis and emergency risk communication*. Prepared by B. Reynolds. Atlanta, GA: CDC.
- HHS, CDC. 2002. *Crisis & emergency risk communication: by leaders for leaders*. Prepared by B. Reynolds. www.bt.cdc.gov/erc/leaders.pdf (accessed January 21, 2009).
- HHS, Substance Abuse and Mental Health Services Administration. 2002. *Communicating in a crisis: Risk communication guidelines for public officials*. Rockville, MD: HHS.
- WHO (World Health Organization). 2005. *Effective media communication during public health emergencies: A WHO handbook*. Geneva: WHO.
- WHO. 2005. 77 most frequently asked questions by journalists in an emergency. In *Effective media communication during public health emergencies: A WHO field guide*, 8–9. Geneva: WHO.

NOTA

FONTE: **Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS = PAHO em inglês)**

https://www.paho.org/disasters/index.php?option=com_content&view=article&id=1053:leadership-during-a-pandemic-what-your-municipality-can-do&Itemid=937&lang=en

TOOL 14 – NEWS MEDIA COMMUNUCATION

Tradução e adaptado do Inglês – 05abril20, Sheila Cardoso-Silva (she.cardosos@gmail.com), Foster Brown (fbrown@uol.com.br)