



ESTABELECENDO A CONFIANÇA E A EMPATIA

| Habilidade: | Por que isso é importante: |
|---|--|
| Reconhecer as preocupações, medos e outras emoções. | Conecte-se com o público |
| Cuidados personalizados (nos 30 primeiros segundos) | Faça com que se sintam preocupados |
| Confirmar que os problemas com a auto-cofiança serão resolvidos (mesmo se nem todas as informações estiverem disponíveis) | E engajados em soluções |
| Use palavras curtas (< que 3 sílabas) | Melhore o entendimento público |
| Use termos comuns (linguagem simples) | Melhore o entendimento público |
| Use frases curtas (< que 10 segundos) | Melhore o entendimento público. Repasse as mensagens |
| Descreva os riscos ou as situações sem estatísticas | Melhore o entendimento público para as decisões informadas |
| Mostre que tem preparo e competência | Inspire confiança e confiabilidade |
| Descreva o compromisso | Inspire confiança e confiabilidade |

FALANDO COM A COMUNIDADE

| Habilidade: | Por que isso é importante: |
|--|---|
| Passe as mensagens mais importantes conscientemente | Os ouvintes não compreenderão se a mensagem for longa demais ou confusa |
| Use ações claras para tal; se possível mostre a ação | A maioria das epidemias ou emergências que requerem ações públicas a ação diminui o estresse da emergência quando se dá o controle de algo alguma coisa |
| Seja transparente ao passar as informações disponíveis | O público e a mídia não devem pensar que qualquer informação está sendo escondida |
| Aponte os riscos precisamente, não subjogue ou negligencie o problema | Ajude o público a tomar decisões informadas |
| Reconhecer a incerteza | O público e a mídia não devem pensar que qualquer informação está sendo escondida |
| Explique quando maiores informações estarão. Disponíveis se a situação não estiver suficientemente clara até o momento | Ajude a reduzir a ansiedade do público |
| Use "nós" para a organização/ Ministério | Ajude-os a evitar longos nomes organizacionais ou acrônimos, dê ao discurso um tom mais amigável |
| Fale com clareza Fale pausadamente e com fluência ("sem pausas muito longas, "umms", "ééé") | Assegure-se do entendimento A hesitação pode fazer com que o ouvinte pense que o orador é pouco confiante ou não quer dividir toda a informação. |
| Redirecione perguntas negativas | Mantenha a mensagem em um tom positivo |
| Corrija as desinformações, mitos ou rumores | Ajude o público a tomar decisões informadas |

EPIDEMIOLOGIA DE CAMPO PROGRAMA DE TREINAMENTO

HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO APLICADA



<http://h1n1vax.aed.org/>



CRIAR RECOMENDAÇÕES DE CAPACITAÇÃO

| | |
|---------------------------------|--|
| Baseie-se nas evidências | Baseado nos resultados da investigação Deixe de lado recomendações que não são deduções diretas suas investigação |
| Especificidade | Foque nas recomendações de 3 a 5, classifique por prioridades. Descreva a ação que será tomada, exatamente: O que, Quem, Quando e Como? |
| Confiabilidade | Não recomende ações que não conheça ou que não podem ser feitas Considere <ul style="list-style-type: none"> ■ A logística e o tempo ■ O sistema e o acesso ■ O desejo de realização ■ Capacidade/ habilidade/ poder aquisitivo ■ Sustentabilidade Identifique pequenos passos que podem ser dados para melhorar a situação |
| Custo efetivo | Medida de custos: Os efeitos devem valer os custos <ul style="list-style-type: none"> ■ Carga substancial ■ Intervenção efetiva |
| Aceitabilidade | Aceitação dos tomadores de decisão, acionistas e de público que deve seguir as recomendações <ul style="list-style-type: none"> ■ Politicamente ■ Culturalmente ■ Socialmente |
| Ética | Garantia de confidencialidade Assegurar a igualdade Proteger as minorias Apresentar assuntos sobre gênero Evitar a estigmatização ou o "apontar de dedos" |

| |
|--|
| Pontos de Conversa |
| A audiência está: |
| Situação atual: <i>Em linguagem simples, descreva a situação da epidemia Certifique-se dos medos, incertezas ou dores</i> |
| A ação-chave e quem a deveria praticar: <i>Seja Específico!</i> |
| Os benefícios, do ponto de vista da audiência: <i>Forneça alguma motivação para ajudar as pessoas a se importarem com alguma coisa</i> |
| Outros fatores racionais e importantes do ponto de vista da audiência: |
| Instruções ou informações necessárias para a ação: |
| Quem é você, e o que esta planejando fazer para resolver o problema? <i>Use "nós" para a organização ou Ministério</i> |
| Onde a audiência pode informar-se mais: |

FAZENDO PERGUNTAS ÚTEIS

| | |
|--|--|
| Tópicos para questões abertas | Comece com como, por que, o que, fale mais... Sem resposta definida |
| Usar perguntas fechadas para informações necessárias | Para informações sobre datas, horas, demografia Respostas com sim/não e respostas de 1 só palavra |
| EVITE <ul style="list-style-type: none"> ■ Duas perguntas em uma ■ Múltipla escolha ■ Respostas forçadas | Confusão, limitação, podem ser conclusões precipitadas. |

OUVINDO EFETIVAMENTE

Ouvir e usar o que ouviu durante uma entrevista para encorajar os respondentes a elaborarem e darem maiores detalhes.

1. **Repetindo:** "Então, você disse que ficou preocupado quando ..."
2. **Parafrasear:** "Parece que ...", "Eu acho que você quis dizer ..."
3. **Pedindo maiores detalhes:** "Você se importa de me falar mais sobre quando ..."

E manter-se atento ao seu foco e à linguagem corporal:

- Mantenha sua mente focada nos respondentes Coloque-se no lugar deles.
- Mantenha a expressão neutra.
- Fale somente para esclarecer informações ou para manter a entrevista fluindo.
- Preste atenção á expressão dos rostos e na linguagem corporal dos respondentes.
- Viabilize o silêncio entre as perguntas.
- Faça anotações do que **ouvir** e do que **inferir**.

Cheque a lista para entrevistas concluídas

- ✓ Incline seu corpo, olhe para o entrevistado e
- ✓ Movimente a cabeça, use interjeições verbais para mostrar que está ouvindo
- ✓ Repita/ parafraseie os sentimentos ou preocupações
- ✓ Use questões abertas sempre que possível
- ✓ Use palavras simples e termos conhecidos
- ✓ Cumprimente no início e no fim da entrevista