

# Comunicação de risco e mobilização comunitária

## COMUNICADO DE ORIENTAÇÕES PARA AS EQUIPES DAS SOCIEDADES NACIONAIS E DE RESPOSTA DA FICV

### VISÃO GERAL

As informações a seguir são uma visão geral das principais ferramentas e orientações necessárias para o planejamento da comunicação de risco e mobilização comunitária dentro das operações de prontidão e de resposta ao surto do novo coronavírus (2019-nCoV).<sup>1</sup>

É fundamental que os colegas dos programas Health and WASH responsáveis pelas ações de prontidão e de resposta trabalhem em conjunto com os pontos focais de comunicação e de mobilização comunitária para implementar iniciativas eficazes de comunicação de riscos e mobilização comunitária.

#### O que é a comunicação de risco e mobilização comunitária?

A comunicação de risco e mobilização comunitária (CRMC) são processos e abordagens para a mobilização e a comunicação sistemáticas com a população e as comunidades de modo a incentivar e capacitar as comunidades a promoverem comportamentos saudáveis e prevenir a propagação de doenças infecciosas durante eventos de saúde de interesse público, como o surto do nCoV. Veja como funciona:

- Perguntamos às pessoas o que sabem, desejam e precisam. A participação da população no desenvolvimento e na implementação dos serviços relevantes para o nCoV e nas medidas de prevenção aumenta a eficácia de nossas intervenções comunitárias e sustenta as mudanças que promovemos. É essencial dar oportunidades e abrir canais de comunicação para que a população e as comunidades possam tirar dúvidas e discutir suas preocupações.
- Empregamos diversas abordagens de mobilização comunitária e canais de comunicação confiáveis para alcançar, influenciar, capacitar e mobilizar as comunidades com informações sobre saúde que sejam precisas, de fácil compreensão e confiáveis a respeito do risco, contágio, causas, sintomas, prevenção e tratamento do nCoV.
- Aproveitamos a capacitação local conversando e usando o *feedback* e as ideias da comunidade sobre como se preparar e responder ao surto do nCoV. É essencial que a comunidade se sinta no comando das ações de prevenção, preparação e resposta ao nCoV.

#### Por que a comunicação de risco e mobilização comunitária é importante na resposta ao nCoV?

Algumas lições de epidemias anteriores:

- Por mais que tentemos oferecer soluções, a população e as comunidades serão os principais agentes de implementação e os líderes na promoção de ações individuais e coletivas de prevenção e resposta ao nCoV.
- A confiança é fundamental. Para que aceitem e sigam as orientações dos voluntários, é preciso que as comunidades tenham confiança em nós.
- A população e as comunidades devem entender completamente e seguir as recomendações de saúde pública. Caso contrário, elas poderão impedir o acesso a suas comunidades e até mesmo

<sup>1</sup> Estas orientações têm como base e são complementares à Comunicação de riscos e mobilização comunitária (CRMC), prontidão e resposta ao novo coronavírus de 2019 (2019-nCoV) da OMS. Orientações provisórias.

rejeitar as medidas de prevenção, contribuindo, assim, para a propagação da doença.

- Quando boatos se espalham mais rápido do que a verdade, e são contraditórios às informações verdadeiras, a população poderá não se proteger ou subestimar nossa comunicação de risco.
- Precisamos saber como a comunidade está interpretando as mensagens. Por exemplo, a mensagem “o Ebola mata” durante o surto fez com que a população acreditasse que a doença era incurável e os doentes decidiram morrer em casa em vez de procurar um centro de atendimento, o que contribuiu para a propagação da doença. Da mesma forma, é preciso testar as mensagens a respeito do nCoV, para garantir que sejam claras e não causem mudanças de comportamento indesejadas.
- O trabalho com a comunidade e a participação de líderes de confiança e dos principais influenciadores mobiliza as comunidades de forma mais rápida e eficaz do que o trabalho realizado apenas pelos nossos voluntários.

Quais atividades de comunicação de risco e mobilização comunitária devem ser priorizadas?

**As comunidades são o coração de todas as intervenções para o surto do nCoV e as abordagens de mobilização comunitária são integradas em operações de saúde para apoiar e garantir que as respostas sejam úteis para a prevenção da transmissão do vírus, a proteção da população vulnerável e o fim do surto. Consulte o [ANEXO 3](#) para sugestões de planejamento.**

- Esteja pronto para comunicar o que sabemos e o que não sabemos a respeito do nCoV com base nas últimas informações da OMS e do seu Ministério da Saúde, levando em consideração as preocupações e as dúvidas da população, enquanto explica ações que podem ser tomadas para proteger a saúde (consulte as últimas ferramentas de comunicação de risco). Comunicar o que ainda não se sabe é melhor do que se manter em silêncio, que pode ser interpretado como omissão de informações ou criar uma lacuna de informações onde os boatos poderão se espalhar com facilidade.
- As avaliações deverão levar em consideração as necessidades sociais e de mudança de comportamento (ou seja, conhecimento, atitudes, práticas e crenças, assim como canais de comunicação de confiança) e são realizadas em conjunto com outros parceiros para desenvolver uma abordagem coordenada de comunicação de risco e mobilização comunitária e social.
- Crie um sistema para ouvir a população, assim como para encontrar boatos ou informações incorretas, por exemplo, monitorando os meios de comunicação e as mídias sociais, fazendo a ligação ou construindo mecanismos de *feedback* da comunidade e coletando informações de linhas diretas e de profissionais de saúde. Se preciso, crie sistemas para responder a boatos, informações incorretas ou dúvidas frequentes.
- Integre as abordagens de comunicação de risco e mobilização comunitária aos planos Health e WASH para promover o diálogo e aumentar a aceitação e a confiança das comunidades.

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Envolve a população por meio de visitas voluntárias de porta em porta, rádio e/ou mídias sociais para transmitir informações de forma proativa e para coletar e responder às dúvidas e às preocupações.</li><li>• Use campanhas de comunicação específicas com foco em abordagens localizadas de mobilização, nas principais medidas de prevenção com foco em práticas de higiene e em comportamentos de distanciamento social.</li><li>• Treine os voluntários para que possam trabalhar, ouvir e compartilhar informações a respeito do nCoV, incluindo o que não se sabe.</li><li>• Identifique os principais influenciadores (p.ex. personalidades públicas de confiança, líderes comunitários, profissionais de saúde, curandeiros, profissionais de medicina alternativa) e redes, inclusive a mídia local e social (p.ex.: grupos de mulheres, jovens e religiosos, estações de rádio comunitária) que possam ser úteis para transmitir informações e mobilizar a população.</li></ul>
<p>O que é preciso ter em mente durante o planejamento da comunicação de risco e mobilização comunitária?</p> <p>Consulte o <a href="#">ANEXO 1</a> para informações gerais.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Adaptação à realidade local:</b> concentre-se no diálogo com base em mensagens aprovadas localmente, desenvolvidas para o contexto local e nas dúvidas, impressões, crenças e práticas locais (consulte o <a href="#">ANEXO 4</a> e o <a href="#">ANEXO 5</a>).</li><li>• <b>À medida que a resposta for evoluindo, adapte seu diálogo às necessidades de informações e à realidade da população:</b> adaptação à maior conscientização e ao <i>feedback</i> da população, assim como aos boatos e às informações falsas que estão sendo espalhadas na região.</li><li>• <b>Teste suas mensagens:</b> quaisquer materiais e mensagens novas devem ser testados com a comunidade-alvo antes de serem amplamente distribuídos para garantir a sua compreensão e para não causar confusão ou perigo.</li><li>• Converse com <b>fontes de informação de confiança/principais influenciadores</b> para compartilhar suas principais informações.</li><li>• <b>Escute! Identifique as necessidades de informações e analise boatos e <i>feedbacks</i> regularmente:</b> eles são fundamentais para desenvolver suas mensagens e a comunicação (consulte o <a href="#">ANEXO 2</a> e <a href="#">ANEXO 3</a>)</li><li>• <b>Treine a equipe e os voluntários:</b> nem todo mundo é um comunicador nato. Algumas pessoas precisarão de ajuda para desenvolver suas habilidades de comunicação, de escuta e de coleta de <i>feedback</i>.</li></ul>
<p>Quem está dirigindo a CRMC e quem participará da coordenação?</p>	<p>Todos são responsáveis por uma boa comunicação de risco e mobilização comunitária, mas as atividades serão dirigidas pela equipe de saúde. Os pontos focais são a equipe de promoção da saúde, comunicação e mobilização da sua organização. Informe-se para saber se o seu Ministério da Saúde e/ou OMS e UNICEF ativaram uma equipe de CRMC/coordenação de promoção da saúde.</p> <p>Veja a seguir os contatos de mobilização e responsabilidade comunitária da FICV: Global: <a href="mailto:ombretta.baggio@ifrc.org">ombretta.baggio@ifrc.org</a>;</p>

	<p>Ásia-Pacífico: <a href="mailto:viviane.fluck@ifrc.org">viviane.fluck@ifrc.org</a>; África: <a href="mailto:Sharon.reader@ifrc.org">Sharon.reader@ifrc.org</a>; Américas: <a href="mailto:diana.medina@ifrc.org">diana.medina@ifrc.org</a>; Europa: <a href="mailto:mark.south@ifrc.org">mark.south@ifrc.org</a></p>
<p>Onde encontrar mais materiais de apoio, modelos, orientações, etc.:</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fontes da OMS para o trabalho de comunicação de risco e mobilização comunitária: <a href="#">perguntas e respostas</a>; <a href="#">orientações técnicas para a comunicação e mobilização comunitária</a>; <a href="#">Conselhos para a população</a>; <a href="#">Caçador de mitos (todos em inglês)</a></li><li>• Fontes públicas de comunicação: <a href="#">principais mensagens</a> ; <a href="#">Conselhos de saúde para serem compartilhados pelo Twitter</a>; <a href="#">memes para mídias sociais em diferentes idiomas</a> ; <a href="#">conselhos de saúde editáveis para mídias sociais</a> (usando o app gratuito Canva)</li><li>• Compartilharemos em breve uma folha de informações/ perguntas e respostas sobre boatos e mitos;</li><li>• Community engagement and accountability hub <a href="https://www.communityengagementhub.org/">https://www.communityengagementhub.org/</a>: ferramentas, modelos e sugestões para implementar seus programas de comunicação e responsabilidade comunitária.</li></ul>

## **DOCUMENTOS ÚTEIS NESTE COMUNICADO DE ORIENTAÇÕES**

<b>VISÃO GERAL</b>	<b>1</b>
<b>ANEXO 1: Principais dicas de mobilização comunitária</b>	<b>6</b>
<b>ANEXO 2: Perguntas e informações a serem coletadas durante as avaliações e que são importantes para auxiliar no planejamento da comunicação de risco e mobilização comunitária</b>	<b>8</b>
<b>ANEXO 3: Dicas de planejamento para a comunicação de risco e mobilização comunitária</b>	<b>9</b>
<b>ANEXO 4: Recomendações para desenvolver as mensagens</b>	<b>10</b>
<b>ANEXO 5: Como responder a boatos e ao <i>feedback</i></b>	<b>10</b>

## ANEXO 1: Principais dicas de mobilização comunitária

Considerando o aumento dos casos de nCoV, o medo da população e a disseminação de boatos, é importante incluir a população e as comunidades na discussão de soluções e de ações efetivas de proteção.

1. **Não basta apenas dizer à população o que fazer: reconhecer o papel de especialista da comunidade é essencial para combater a epidemia.** Apesar dos fundamentos científicos, dizer às pessoas o que elas devem fazer nem sempre funciona. A participação da população em comunicações de duas vias é mais eficaz e o segredo é transformar a discussão em uma parceira com as comunidades.
2. **Coloque os pares e líderes para conversar:** as pessoas costumam prestar mais atenção nas informações de pessoas que já conhecem, confiam ou que sabem que estão preocupadas com o seu bem-estar. As pessoas vivem em contextos socioculturais únicos, com uma dinâmica de relacionamento, sua própria noção de perigosos e fontes de conselhos de confiança, as quais influenciam se a população aceita ou não os conselhos de saúde. Não convide “especialistas da capital”. Encontre os “especialistas locais”, como uma enfermeira do hospital regional que pode compartilhar informações úteis no idioma local e com detalhes relevantes para a comunidade.
3. **Estabeleça abordagens de participação e de *feedback*:** pergunte às pessoas o que sabem, desejam e precisam. A participação da população no desenvolvimento e na implementação dos serviços relevantes para o nCoV e nas medidas de prevenção aumenta a eficácia de nossas intervenções comunitárias e sustenta as mudanças que promovemos. É essencial dar oportunidades e abrir canais de comunicação para que a população e as comunidades possam tirar dúvidas e discutir suas preocupações.
4. **Peça o *feedback*:** o *feedback* ajuda a Cruz Vermelha e Crescente Vermelho (CVCV) no desenvolvimento de seus esforços de comunicação e de programação. Por exemplo, se as comunidades estiverem muito preocupadas com o risco do nCoV para as crianças, é importante tratar de tais preocupações em todas as nossas atividades de comunicação de risco, engajamento e mobilização social. O *feedback* oferece um sistema de alarme precoce que permite que os problemas sejam resolvidos rapidamente, antes que piorem. A Cruz Vermelha e Crescente Vermelho também tem a responsabilidade de ouvir e responder a reclamações. Mesmo que não consigamos oferecer resposta a todas as queixas, existe um sentimento de agradecimento da população que se sente reconhecida por ter sido ouvida.
5. **Divulgue informações precisas imediatamente** (conforme recomendações do Ministério da Saúde e da OMS): a divulgação de informações antes do diagnóstico de casos confirmados ajudará a diminuir as preocupações e a promover ações de prevenção que contribuirão para prevenir a propagação do nCoV e incentivar a população a procurar atendimento. Novas informações estão sempre chegando, assim, não se esqueça de marcar a data em todas as mensagens que você compartilhar (vídeo, áudio ou texto).
6. **Comunique-se no idioma da população:** fale a mesma língua que as pessoas “falam em casa”, só assim poderemos ter certeza de que entenderão nossa mensagem e se sentirão livres para se expressar sem a barreira do idioma.
7. **Promova a conscientização e a ação:** a comunicação de risco e mobilização comunitária com foco em ações geralmente contém informações específicas para as comunidades, incluindo:
  - a. instruções a serem seguidas (p.ex.: vá ao hospital X se ficar doente);

- b. um comportamento a ser adotado (p. ex.: lave as mãos com frequência para proteger você e os demais contra doenças); e
  - c. informações que podem ser compartilhadas com amigos e familiares (como, onde e quando procurar tratamento, p.ex.: tratamento gratuito e disponível nas unidades de saúde).
8. **Teste a sua abordagem:** o teste-piloto de mensagens e materiais com a comunidade tem como objetivo garantir que as mensagens sejam compreensíveis, aceitáveis, relevantes e persuasivas. Ele também é útil para impedir a transmissão de informações irrelevantes ou potencialmente perigosas. É importante lembrar que o excesso de mensagens pode ser prejudicial.
  9. **Transparência para aqueles que queremos ajudar:** é possível aumentar a transparência para a população por meio de uma abordagem mais sistemática e coordenada durante a comunicação com as comunidades “em risco” e a resposta ao seu *feedback* (ou seja, a população pode não concordar e se queixar dos voluntários que estão realizando a vigilância na comunidade e o acompanhamento de contatos).
  10. **Mudanças de comportamento não são imediatas:** não basta pedir que a população procure atendimento médico em caso de sintomas. Precisamos entender os motivos do seu comportamento, as barreiras para práticas mais seguras e usar essas informações para embasar nossas mensagens. É fundamental analisar (caso existam pesquisas disponíveis) ou coletar informações a respeito do conhecimento, atitudes e hábitos da população e oferecer ferramentas inovadoras e interessantes para dar apoio aos programas de prevenção e controle do nCoV.
  11. **Seja aberto, honesto e oportuno:** informe de forma clara e oportuna o que sabemos e o que não sabemos a respeito da doença e concentre-se nas medidas que podem ser tomadas pela população e pelas comunidades para reduzir o risco de transmissão e de doença. Este é um sinal de respeito, que constrói confiança entre a CRMC e as comunidades.
  12. **Fique a par das notícias mais recentes e trabalhe com outras pessoas:** o avanço da pesquisa sobre a doença pode trazer novas abordagens, recomendações e informações. Consulte regularmente as informações do seu Ministério da Saúde e de outras organizações como a OMS e UNICEF. É importante que as informações compartilhadas pela CRMC não sejam contraditórias às informações do Ministério da Saúde ou da OMS, o que pode causar confusão e desconfiança das comunidades.
  13. **A Cruz Vermelha e Crescente Vermelho se importa:** muitas vezes, pessoas afetadas por uma epidemia ou que vivem em condições vulneráveis acreditam que foram esquecidas pela sociedade. As estratégias de mobilização comunitária podem ter efeitos psicológicos muito benéficos.
  14. **Inove na comunicação com a população e comunidades:** o amplo acesso aos telefones celulares, à Internet e às mídias sociais transformou a maneira como a população se comunica. Não existe mais hierarquia na comunicação. A população pode se comunicar de forma aberta e direta sobre, e com a CRMC. Da mesma forma, a população espera ser ouvida e envolvida em todas as nossas atividades (consulte a [FERRAMENTA 8](#) para mais sugestões de canais de comunicação).

## ANEXO 2: Perguntas e informações importantes a serem coletadas durante as avaliações para auxiliar no planejamento da comunicação de risco e mobilização comunitária

É possível coletar informações por meio de pesquisas de avaliação, discussões de *focus groups*, entrevistas com as principais fontes de informação, por meio de dados secundários ou pela simples observação. Consulte a [Ferramenta 1: visão geral dos métodos e lista de verificação de avaliação de mobilização e responsabilidade comunitária \(em inglês\)](#) para mais informações ou consulte as ferramentas de pesquisa dos parceiros.

### Tópicos importantes para auxiliar no planejamento da comunicação de risco e mobilização comunitária:

- Quais são os grupos mais vulneráveis na comunidade?
- O que se sabe e quais são as atitudes e impressões a respeito do nCoV;
  - inclusive boatos, descrições locais da doença, noção da população em relação aos perigos do nCoV e experiências com surtos anteriores de doenças respiratórias;
- fontes, canais e contexto das informações (consulte as sugestões de perguntas a seguir);
- idioma(s) de preferência;
- hábitos domésticos e comunitários;
  - disposição da população para procurar atendimento, hábitos de saúde (e se eles aumentam ou diminuem o risco de infecções), crenças e valores a respeito de tais hábitos, como as decisões são tomadas na comunidade;
- contexto sociocultural, econômico e ambiental;
  - tensões sociais e políticas que podem afetar a adoção de hábitos mais seguros, acesso a recursos, como dinheiro, serviços de atendimento à saúde ou itens de higiene, crenças tradicionais e regras sociais que possam afetar a adoção das práticas propostas, nível de confiança na resposta dentro da comunidade.

**Algumas perguntas específicas e outras perguntas**, com sugestão de repostas, estão disponíveis no kit de ferramentas de mobilização e responsabilidade comunitária "[Ferramenta 2: perguntas de mobilização e responsabilidade comunitária para avaliações, fundamentos, monitoramento e avaliação](#)". É importante usar a nomenclatura local para o nCoV.

1. Você sabe ler e/ou escrever?
2. Que idioma você fala em casa?
3. Alguma coisa impede você ou dificulta seu acesso às informações sobre o nCoV?
4. De maneira geral, onde você procura informações sobre saúde?
5. Onde você procura informações sobre o nCoV?
6. Na sua opinião, quais são as fontes de informação mais confiáveis para o nCoV?
7. Para você, qual é a informação mais importante a respeito do surto atual do nCoV?
8. Quais informações você já conhece a respeito do nCoV?
9. Você ouviu alguma informação a respeito do nCoV que não sabe se é verdadeira ou falsa? Quem te contou?
10. O que você fez com as informações que conhece a respeito do nCoV? Você compartilhou? Com quem?
11. Você usou ou não usou as informações a respeito do nCoV? Por quê?
12. Para você, qual seria o melhor método para tirar suas dúvidas, dar o seu *feedback* ou fazer reclamações para uma organização (como a CVCV)?
13. Você acha que é possível pegar o nCoV na sua comunidade/área agora?
14. Você acredita que o nCoV é um problema grave na sua comunidade?
15. Se uma pessoa pegar o nCoV, ela vai ser estigmatizada ou sofrer discriminação?
16. Quais são seus principais medos e maiores preocupações a respeito do nCoV?
17. Se você tivesse uma dúvida a respeito do nCoV, com quem você conversaria?



## **ANEXO 3: Dicas de planejamento para a comunicação de risco e mobilização comunitária**

### **ETAPA 1: Defina objetivos (com base na avaliação comunitária realizada)**

Qual é o seu objetivo para a comunicação de risco e mobilização comunitária?

- Comunicar medidas de prontidão e recomendações de saúde pública para o seu país, inclusive o que não se sabe e as incertezas a respeito do que se conhece;
- Incentivar as pessoas a adotarem os hábitos recomendados para evitar a propagação do nCoV (procure saber qual é o hábito mais importante e mais difícil para a comunidade seguir; por exemplo, informar imediatamente os casos suspeitos ou procurar atendimento médico assim que surgirem os sintomas);
- Informar os casos suspeitos e procurar atendimento médico imediato para o nCoV;
- Coletar informações sobre as impressões da comunidade e sobre boatos e rumores e apresentar uma resposta a eles;
- Envolver as comunidades na busca de soluções para conter a propagação do nCoV;
- Outros...

### **Etapa 2: Identifique seu público-alvo**

- Pessoas em bairros afetados;
- Pessoas em áreas de risco;
- Viajantes;
- Escolas e alunos;
- Empresas;
- Cuidadores;
- Outras...

### **Etapa 3: Conheça os interlocutores mais influentes**

- Especialistas em saúde;
- Liderança, equipe e voluntários da CVCV;
- Personalidades públicas (cantores, jovens campeões, etc.);
- Líderes da comunidade: professores, prefeitos, líderes religiosos, empresários, líderes de diferentes comitês comunitários;
- Pessoas que tiveram o nCoV ou que têm um membro da família que teve o nCoV (experiência da vida real);
- Familiares;
- Outras pessoas de influência ou nas quais a comunidade confia.

### **Etapa 4: Identifique os melhores canais de mobilização comunitária para entrar em contato com a população**

- Pessoalmente (é o mais frequente e o mais confiável), especialmente quando voluntários ou agentes comunitários fazem visitas de porta em porta;
- Mídias sociais;
- Usando os principais influenciadores on-line e off-line. Por exemplo, campeões do futebol, líderes religiosos, empresários, estrelas do Youtube;
- Comunidades/congregações religiosas;
- Mídia social, rádio, televisão, jornais;
- Aplicativos de mensagens;
- Outros.

### **Etapa 5: Planejamento**

- Decida quais canais e mensagens serão utilizadas para cada público específico. É sempre melhor usar um conjunto diversificado de canais para atingir um maior número de pessoas.

### **Etapa 6: Escute, acompanhe seu impacto e faça mudanças**

- Estabeleça sistemas para coletar informações, *feedback* e boatos das comunidades. As comunidades poderão levantar problemas, ideias ou soluções inéditas;
- Para manter a credibilidade, a eficácia e a relevância, adapte as mensagens e as atividades de resposta para todos os setores;

## ANEXO 4: Recomendações para desenvolver as mensagens

Os elementos essenciais de mensagens eficazes para a mudança de comportamento no caso de riscos imediatos, como o nCoV, são:

1. **Simplicidade:** é fundamental que a mensagem seja simples. Evite o uso exagerado de textos ou de imagens;
2. **Equilíbrio da comunicação de risco/medo com mensagens que podem ser colocadas em prática:** para comunicar o perigo imediato em situações de emergência, como no caso de epidemias, é aceitável combinar mensagens mais urgentes com recomendações para agir, como “o nCoV causa doença grave, procure tratamento imediatamente”. Tais advertências com base no perigo geralmente causam mudanças de comportamento que duram algumas semanas. Uma vez passado o perigo, os comportamentos voltam ao normal. É essencial comunicar também um benefício para garantir o cumprimento das suas metas de redução de riscos de curto e longo prazo;
3. **Chamada para a ação:** uma chamada para a ação informa aos membros da comunidade o que pode ser feito para atingir o benefício. Ela pode ser “lave as mãos” ou “procure tratamento se estiver apresentando sintomas de doença respiratória”. Tal chamada para a ação deve ser relevante e estar de acordo com a realidade da comunidade (ou seja, se as pessoas não tiverem acesso a sabão, não diga “lave sempre as mãos com sabão”);
4. **É PRECISO testar as mensagens desenvolvidas com um grupo de teste.** Se as mensagens não forem testadas, elas poderão causar pânico e confusão entre os membros da comunidade. Desenvolva a mensagem completa, incluindo gráficos e texto, e apresente para uma amostra representativa (mulheres e homens de diferentes idades e capacidades) da população para avaliar sua reação. Se necessário, use o *feedback* para reformular a mensagem. O teste-piloto com a comunidade tem como objetivo garantir que as mensagens sejam compreensíveis, aceitáveis, relevantes e persuasivas. Ele também é útil para impedir a transmissão de informações irrelevantes ou potencialmente perigosas.
5. **Contextualize a mensagem:** use o(s) idioma(s) nativo(s) da comunidade e uma linguagem de fácil compreensão para a população afetada; conheça as crenças e práticas culturais da comunidade;
6. **Explique os motivos:** sempre explique os motivos para a mudança de comportamento que você estiver promovendo. As pessoas são mais propensas a mudar de comportamento se entenderem a importância da mudança. Por exemplo, é mais provável que as pessoas se lembrem de lavar as mãos antes de comer se entenderem que é importante lavar as mãos para impedir que microrganismos sejam transmitidos das mãos para o alimento e do alimento para a boca.

## ANEXO 5: Como responder a boatos e ao *feedback*

### O que é um boato?

- Boatos são informações que não foram validadas e que podem ser espalhadas de forma proposital ou não;
- Eles podem ser compostos de informações corretas ou incorretas ou uma mistura de ambas;
- Eles surgem quando há escassez ou excesso de informações e as pessoas não conseguem verificar o que é certo ou errado;

- Os boatos podem refletir os desejos, medos ou hostilidade de um indivíduo ou de uma comunidade;
- As pessoas costumam espalhar boatos porque acreditam que pelo menos parte deles é verdadeira.

## O que causa o surgimento dos boatos?

Por trás de um boato há sempre medo ou esperança. Pessoas que espalham boatos não são ignorantes. Elas apenas têm dúvidas, esperança e medo.

- De acordo com a “lei básica dos boatos”, a importância da questão e o nível de incerteza em relação a ela determinarão o número de boatos em circulação;
- Mensagens incompreendidas ou mal transmitidas podem se tornar boatos, que podem piorar quando agências compartilham informações contraditórias ou conflitantes.

## Por que devemos prestar atenção aos boatos?

As comunidades têm suas próprias redes de comunicação e boatos se espalham com rapidez e influência. Basicamente, existem dois tipos de boato sobre uma doença infecciosa: 1) sobre os possíveis casos (alertas) e 2) explicações das causas pela comunidade.

- Boatos podem tirar a atenção ou entrar em conflito com as mensagens de saúde. Eles não devem ser ignorados, pois podem colocar vidas em risco e ajudar a propagar o surto do nCoV;
- Boatos podem causar a falta de confiança nos serviços e na CVCV;
- Boatos podem ser um *feedback* claro do desempenho da CVCV e da opinião das comunidades a nosso respeito.

## Como identificar os boatos?

Não é possível identificar um boato apenas perguntando às pessoas quais boatos ouviram. Isso não irá, necessariamente, revelar um boato. As pessoas podem acreditar que um boato seja verdade, ou podem não se sentir à vontade para discuti-lo com desconhecidos. Ouvir não é apenas escutar o que é dito. Para ouvir os boatos, é preciso:

- aproveitar as relações de confiança existentes como formas de ouvir;
- ouvir no idioma da comunidade;
- dialogar com a comunidade de forma aberta e não estruturada;
- avaliar o possível risco do boato para elaborar uma resposta e decidir se a resposta deve ser imediata ou pode esperar;
- Alguns canais para procurar boatos são:
  - perguntar aos voluntários e agentes locais o que ouviram (durante o seu trabalho ou vida pessoal);
  - discussões de *focus groups*;
  - sistema de reclamações e de *feedback* - consulte o kit inicial de feedback ([link](#));
  - redes comunitárias, como comitês comunitários, grupos de mulheres ou jovens;
  - mídia local;
  - mídias sociais;
  - outros.
- Será preciso treinar os voluntários para identificar, ouvir e coletar boatos e manter um livro de registro de boatos e de *feedback*. Consulte o próximo anexo para um modelo do registro.

## O que fazer a respeito dos boatos

É preciso ver os boatos como uma orientação útil. Apesar de desconfortáveis, assim como a dor, os boatos podem ser um *feedback* muito importante. Os boatos nos ajudam a entender as falhas de comunicação. Isso pode ajudar os profissionais de saúde na identificação mais rápida de casos e na comunicação mais eficaz com a população. Eles também podem abrir o caminho para o diálogo a respeito de acontecimentos incomuns com relação à saúde dentro das comunidades.

Não é preciso responder a todos os boatos. Ao decidir se deve agir, considere:

- o perigo que o boato representa (veja exemplos a seguir);
- a probabilidade de o perigo de acontecer;
- as possíveis consequências em relação à confiança e à reputação da CVCV;
- é possível averiguar o boato verificando sua fonte dentro da comunidade e se ele teve origem em mais do que uma fonte independente e de confiança? Converse com outros contatos de confiança e pergunte se eles também ouviram o boato, mas tenha cuidado para não espalhar um boato durante o processo de averiguação!

A tabela a seguir mostra alguns exemplos dos perigos dos boatos, com exemplos de boatos reais identificados nas mídias sociais.

Perigoso	<i>Esteroides e etanol podem matar o vírus</i>
População deixa de procurar atendimento	<i>Enxaguar a boca com água e sal impede a contaminação</i>
Causa conflitos ou estigmatização	<i>O coronavírus surgiu porque os chineses são sujos e comem cobras</i>
Leva a comportamentos de risco	<i>Eu sei se um animal está doente porque ele fica louco</i>
Coloca certos grupos em situação de risco	<i>Todas as pessoas de Wuhan (chineses) estão infectadas, proíba a sua entrada na sua cidade/país</i>
Coloca em risco as equipes de resposta	<i>Governos e parceiros estão escondendo medicamentos para tratar pacientes com 2019-nCoV</i>

### Como responder aos boatos

- Entender a origem do boato pode ajudar a planejar uma resposta e impedir que ele se repita. Por exemplo, o boato surgiu por causa de uma mensagem mal redigida? Algo dito por um voluntário? Uma declaração do governo? Ou por conta da forma como realizamos nossas atividades, por exemplo, de serviços de saúde?
- Não basta ignorar ou negar o boato. A melhor forma de lidar com eles é compartilhando informações por meio de canais de comunicação de confiança com palavras e linguagem acessível para a população;
- Verifique se a comunidade recebeu, compreendeu e acreditou na nova mensagem;
- Mantenha todos os funcionários e os voluntários, especialmente os mobilizadores da comunidade, informados a respeito dos últimos boatos e o que devem fazer;
- Respeite os costumes e as crenças locais! Por exemplo, um boato comum que circulou durante o surto de Ebola foi que o Ebola é causado por feitiçaria. A resposta convencional foi explicar que o Ebola é um vírus. No entanto, teria sido melhor aceitar a explicação alternativa e criar recomendações de acordo com a atitude da comunidade (p. ex.: não toque na pessoa sem proteção, mas ofereça alimentos [e orações] como uma forma de empatia).

## Recursos úteis

- [IFRC Feedback starter kit \(kit inicial de feedback da FICV\)](#)
- [Internews Rumour Tracking methodology part III how to \(Metodologia de monitoramento de boatos da Internews, parte III\)](#)