



ESTABLECIENDO CONFIANZA Y EMPATÍA

Habilidad:	¿Por qué esto es importante?
Reconocer preocupaciones, miedos y otras emociones	Conecta con el público
Atención Personalizada (dentro de los primeros 30 segundos)	Hace que el público sienta la preocupación
Establecer confianza en que el problema se resolverá (aunque no toda la información esté disponible)	Inspira confianza en las soluciones
Uso de 3 palabras (< de 3 sílabas)	Mejora la comprensión del público
Uso de términos comunes y corrientes (establecer el lenguaje)	Mejora la comprensión del público
Uso de oraciones cortas (< de 10 segundos)	Mejora la comprensión del público y el recuerdo de los mensajes
Describir el riesgo o una situación sin estadísticas	Mejora la comprensión del público para tomar decisiones informados
Demostrar preparación y competencia	Inspira seguridad y confianza
Describir el compromiso	Inspira seguridad y confianza

HABLANDO EN LA COMUNIDAD

Habilidad:	¿Por qué es importante?
Indicar brevemente los mensajes claves	El oyente va a perder el sentido si el mensaje es demasiado largo o vago
Indicar acciones claras para hacer; mostrar la acción si es posible	La mayoría de los brotes epidemiológicos o emergencias requieren de la acción del público; la acción alivia el estrés de la emergencia al darle a la gente el control de algo
Ser transparente sobre la información disponible	El público y los medios de comunicación no deberían pensar que se esconde información
Describir el riesgo en forma precisa; no tranquilice demasiado o desestime un problema	Ayuda a que el público tome decisiones informados
Admita la incertidumbre	El público y los medios de comunicación no deberían pensar que se esconde información
Explicar cuándo habrá más información disponible si la situación no es clara por el momento	Ayuda a reducir la ansiedad del público
Use "nosotros" para organización/ Ministerio	Ayuda a evitar nombres organizacionales largos o siglas; da al vocero un tono más amistoso
Hablar claramente Hablar a un buen ritmo y fluidamente (sin largas pausas, "umms", "errs")	Asegura la comprensión El titubeo puede hacer que el oyente piense que al vocero le falta seguridad o que no está compartiendo toda la información
Redirigir las preguntas negativas	Mantiene los mensajes en un tono positivo
Corregir la mala información, mitos o rumores	Ayuda al público a tomar decisiones informados

EPIDEMIOLOGÍA DE CAMPO PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN APLICADAS



CREAR RECOMENDACIONES REALIZABLES

Basadas en la evidencia	Basado en los resultados de la investigación Deje de lado las recomendaciones que no sean deducciones directas de sus investigaciones
Específicas	Céntrese en 3 -5 recomendaciones, seleccionadas por prioridad Describa exactamente la acción a realizar: ¿Qué, Quién, Cuándo y Cómo?
Factibles	No recomiende una acción que usted sabe que no se hará o no se puede hacer. Considere <ul style="list-style-type: none"> ■ La logística y el tiempo ■ Sistema y acceso ■ Voluntad ■ Agudeza/habilidad/capacidad de pago ■ Continuidad Identifique pequeños pasos que se pueden dar para mejorar la situación
Rentables	Mida los costos: Los efectos deben valer la pena los costos <ul style="list-style-type: none"> ■ Carga importante ■ Intervención efectiva
Aceptables	Aceptables para los que toman las decisiones, para los accionistas y para el público que deben seguir la recomendación <ul style="list-style-type: none"> ■ Políticamente ■ Culturalmente ■ Socialmente
Éticas	Garantice confidencialidad Asegure la equidad Proteja las minorías Aborde asuntos de género Evite la estigmatización o señalar con el dedo

Puntos de Conversación
La audiencia es:
Situación actual: <i>En lenguaje simple, describa la situación del brote epidémico. Legítimize el miedo, la incertidumbre, o el dolor</i>
La acción clave y quién debería hacerla: <i>¡Sea específico!</i>
Beneficios, desde el punto de vista de la audiencia: <i>Dé cierta motivación para ayudar a la gente a que se interese en hacer algo</i>
Otro razonamiento, hechos importantes desde el punto de vista de la audiencia:
Instrucciones o información necesaria para realizar la acción:
¿Quién es usted y qué está planeando hacer para resolver el problema? <i>Use "nosotros" para su organización o Ministerio</i>
¿Dónde puede conseguir más información la audiencia?:

HACIENDO PREGUNTAS ÚTILES

Objetivo de las preguntas indefinida	Comience con cómo, por qué, dígame más
Use respuestas definidas para la información necesaria	Para fechas, horas, información demográfica Dé respuesta de sí/no y de 1 palabra
EVITAR <ul style="list-style-type: none"> ■ Dos preguntas en una ■ Selección múltiple ■ Respuesta forzada 	Confunde, limita, puede ser crítico

ESCUCHA EFECTIVA

Escuchar y usar lo que escuchó durante una entrevista para incentivar a un entrevistado para que elabore y entregue más detalles.

1. **Repetir:** "Por lo tanto, usted dijo que se preocupó cuando..."
2. **Reformular:** "Pareciera que..." "Creo que le oí decir..."
3. **Preguntar más detalles:** "Me puede decir más sobre cuándo..."

Y tenga conciencia de su enfoque y lenguaje corporal:

- Mantenga su mente centrada en el entrevistado. Póngase en su lugar.
- Mantenga una expresión no evaluativa.
- Hable sólo para aclarar información o para mantener la entrevista fluida.
- Observe el rostro y lenguaje corporal de los entrevistados.
- Deje un silencio entre las preguntas.
- Tome nota de lo que usted escucha y de lo que deduce.

Lista de verificación para realizar entrevistas

- ✓ Inclínese hacia adelante, mire al entrevistado
- ✓ Asiente con la cabeza; use consentimientos verbales para demostrar que escucha
- ✓ Repita nuevamente/reformule sentimientos y preocupaciones
- ✓ Use preguntas indefinidas cuando sea posible
- ✓ Use palabras simples y términos comunes
- ✓ Salude al inicio y al final de la entrevista