

O QUE É O GUIA DE PLANEAMENTO DO ENVOLVIMENTO DAS PARTES INTERESSADAS?

O envolvimento das partes interessadas é essencial para o êxito dos institutos nacionais de saúde pública (INSP). Dado que os INSP só dispõem de tempo e recursos limitados para aplicar na gestão das relações com as partes interessadas, é importante que concentrem os seus investimentos nos esforços com maior probabilidade de obter benefícios.

Este guia é uma panorâmica de algumas abordagens e ferramentas para uso interno de um INSP ou de um grupo que esteja a conduzir o desenvolvimento de um INSP a partir do governo. Não se destina a ser um manual de procedimentos abrangente, mas antes a fornecer ideias sobre a estruturação de discussões acerca das partes interessadas. Além disso, não é um guia sobre como estruturar uma reunião com partes interessadas externas.

Este guia inclui:

- Uma abordagem à categorização das partes interessadas em função do seu interesse e do seu impacto potencial no INSP (Secção I)
- Ideias sobre formas de envolver as partes interessadas que se enquadram nas diferentes categorias de interesse/impacto potencial (Secção II)

Antes de utilizar este guia, é importante que esteja clara a finalidade de desenvolver um plano de envolvimento das partes interessadas. Entre os exemplos de possíveis motivos contam-se a angariação de apoio para a criação do INSP, a resolução de problemas da One Health ou a obtenção de recursos para a construção e o apetrechamento de um laboratório novo.

Este guia pode ser utilizado por uma pessoa incumbida de desenvolver um plano de envolvimento das partes interessadas. Porém, poderá ser útil colaborar com outros elementos para explorar as partes interessadas do INSP através de um processo de grupo, o que incentiva a discussão criativa e o desenvolvimento de uma visão e de uma abordagem partilhadas. O Anexo A inclui uma descrição de como um INSP pode estruturar uma discussão de grupo aplicando os conceitos do guia.

Para os fins deste documento, define-se as partes interessadas como organizações ou pessoas que têm interesse no trabalho do INSP e/ou podem ajudar o INSP a cumprir a sua missão.

SECÇÃO I. CATEGORIZAÇÃO DAS PARTES INTERESSADAS

TEMPESTADE DE IDEIAS ACERCA DE PARTES INTERESSADAS RELEVANTES

Ao identificar as partes interessadas relevantes, é bom adoptar uma lógica inclusiva e avançada, mas também estratégica e pragmática. Durante esta fase inicial do processo, é importante despende o máximo de tempo nas organizações que possam dar contributos específicos ao INSP e menos na catalogação daquelas que podem ter menos envolvimento. Por exemplo, se o objectivo do envolvimento das partes interessadas for a criação do INSP, realçar a identificação de organizações com influência política é mais importante do que catalogar grupos interessados em utilizar materiais educativos que possam ser retirados do sítio web do INSP.

As considerações incluem os grupos que não estão envolvidos no momento, mas que podem ter um impacto potencial elevado; estes seriam considerados grupos de baixo interesse e alto impacto. Os grupos que possam ter um impacto negativo (por exemplo, que possam querer bloquear a criação do INSP ou ver como fonte de concorrência o desenvolvimento de capacidades do INSP, como a capacidade laboratorial) também devem ser incluídos.

Poderá ser útil pensar nas partes interessadas potenciais em termos de categorias; por exemplo: órgãos do Estado nacionais, órgãos subnacionais, doadores, etc. Algumas categorias comuns incluem:

- Governo
 - Órgãos nacionais e subnacionais (ministérios, outros no ministério da saúde)
 - Legislatura nacional
- Organizações internacionais que prestam apoio técnico e/ou financeiro (por exemplo, IANPHI, OMS, Banco Mundial, agências de desenvolvimento multi ou bilaterais)
- Outros INSP
- Organizações do sector privado (organizações não governamentais, organizações profissionais nacionais, organizações empresariais, empresas)
- Instituições clínicas
- Instituições académicas e outras instituições de ensino
- Comunicação social
- Público em geral

Por vezes, uma organização inclui várias componentes que exigem diferentes níveis ou métodos de envolvimento. Numa tempestade de ideias, é aceitável enumerar a organização em geral e as suas componentes.

ESCLARECIMENTO DOS BENEFÍCIOS QUE AS PARTES INTERESSADAS PODEM PROPORCIONAR AO INSP E DO MODO COMO O INSP PODE BENEFICIAR A PARTE INTERESSADA

Não basta saber que uma organização é uma parte interessada potencialmente útil; é também importante conhecer as formas específicas pelas quais a parte interessada está a beneficiar ou pode beneficiar o INSP. Entre os exemplos de tipos de apoio das partes interessadas, contam-se o financiamento, a partilha de equipamento, instalações, dados e conhecimento especializado, a influência política ou social, etc. Para algumas partes interessadas potenciais, poderá ser útil documentar as preocupações que a parte interessada possa ter sobre o apoio ao INSP.

Poderá ser útil registar os motivos da importância que a parte interessada atribui ao INSP. Por exemplo, as organizações multi e bilaterais podem estar interessadas em apoiar o INSP a fim de contribuir para a segurança sanitária global. As instituições académicas podem estar interessadas em colaborar com o INSP para recolher dados populacionais de alta qualidade. As fundações e as organizações não governamentais podem querer investir nos esforços do INSP para dar resposta a problemas de saúde pública que sejam centrais às missões dessas organizações. Estas ideias podem ajudar a fundamentar o trabalho de aproximação à parte interessada.

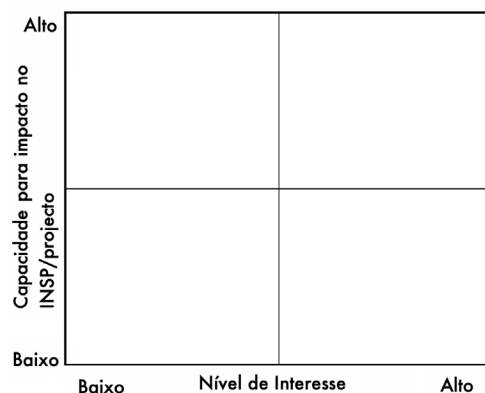
Pode utilizar uma tabela para organizar as suas ideias iniciais acerca das partes interessadas e do contributo que estas podem dar; no Anexo B, é facultado um exemplo de um formulário para a recolha de tais informações. Este formulário não se destina a ser preenchido de forma exaustiva. Preencha-o apenas na medida em que as informações sejam úteis para decidir que partes interessadas são potencialmente importantes para o seu esforço e o nível de interesse que as mesmas têm no envolvimento.

É apresentado abaixo um exemplo de um formulário que poderia ser utilizado para registar informações de possíveis partes interessadas. As colunas devem ser adaptadas às necessidades do INSP.

Parte interessada	Que gostaríamos de obter dela	Como podemos ajudá-la a atingir os seus objectivos	Informações adicionais, por exemplo, historial de contactos anteriores, pessoa de contacto

POSICIONAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS EM FUNÇÃO DO SEU POTENCIAL DE IMPACTO NO PROJECTO E DO SEU INTERESSE

Este é um modelo para um gráfico de levantamento das partes interessadas.



Para utilizar o gráfico,

- Estime o valor/impacto que o contributo da parte interessada provavelmente terá.
- Estime o nível de interesse da parte interessada no INSP e ajude o INSP a atingir o resultado pretendido.
- Posicione a parte interessada no gráfico, com base na sua capacidade para impacto e no seu nível de interesse. Se for provável um impacto negativo, poderá querer indicar esse facto, talvez pelo uso de uma cor diferente. Tenha o cuidado de posicionar as partes interessadas onde estão e não onde quer que elas estejam.

ANALISE O SEU GRÁFICO PARA SE CERTIFICAR DE QUE REGISTOU AS INFORMAÇÕES CRUCIAIS

Preste atenção especial às partes interessadas de alta prioridade: as que se situam no quadrante superior direito. Faça um círculo em volta das mais importantes. O Anexo B inclui um exemplo do aspecto que podem ter um formulário de enumeração e um gráfico de partes interessadas após finalizados.

SECÇÃO II. PLANOS PARA CONTACTO COM AS PARTES INTERESSADAS

Embora a criação de planos específicos e pormenorizados possa levar tempo, depois de concluído o gráfico, é útil criar um esboço inicial dos planos de envolvimento das partes interessadas. Tal pode incluir uma combinação de planos muito específicos (por exemplo, para um contacto presencial com um número limitado de grupos) e planos para avaliação adicional, por exemplo, de como melhorar o sítio web como ferramenta de contacto. Na medida do possível, os planos devem incluir os passos seguintes específicos, a designação dos elementos responsáveis por esses passos e a calendarização. Em seguida, são apresentados exemplos de formas de incentivar ao envolvimento das partes interessadas.

WORKSHOPS DE PARTES INTERESSADAS

Muitos INSP já estabelecidos ou em desenvolvimento têm considerado útil a realização de reuniões ou workshops que congregam várias partes interessadas, muitas vezes escolhidas entre as de alta prioridade. Uma razão comum para reunir partes interessadas é a obtenção de apoio para a criação de um INSP e de adesão à visão e às prioridades. Os INSP da Zâmbia e do Burquina Faso são exemplos nos quais as reuniões de partes interessadas envolvem instituições académicas, várias organizações governamentais, doadores e outros que tenham contribuído desde cedo para o desenvolvimento do INSP.

Outros motivos comuns para uma reunião de partes interessadas são: ajudar os doadores a compreenderem as prioridades do INSP, identificar sinergias potenciais entre os doadores e determinar a forma de maximizar o impacto dos seus contributos colectivos. Os workshops de partes interessadas são também utilizados para mobilizar esforços de resposta a uma questão de saúde específica; por exemplo, melhorar a nutrição no país.

Tais workshops incluem muitas vezes discussões sobre:

- Visão e missão;

- Situação corrente. São frequentemente utilizadas análises SWOT (pontos fortes/pontos fracos/oportunidades/ameaças) ou de outra natureza;
- Prioridades;
- Maneiras pelas quais as partes interessadas podem ajudar o INSP a alcançar as suas prioridades;
- Como ajuda o envolvimento com o INSP as partes interessadas a atingirem os seus objectivos.

ESTRATÉGIAS COM ALCANCE VASTO E GERAL

Algumas estratégias são importantes para o público em geral, bem como para as partes interessadas de alta prioridade. Entre estas podem contar-se os boletins informativos, as redes sociais e um sítio web actualizado. Os Anexos C e D incluem, respectivamente, listas de considerações para desenvolver boletins informativos e sítios web eficazes.

ESTRATÉGIAS ADICIONAIS PARA PARTES INTERESSADAS DE ALTA PRIORIDADE

Podem ser necessárias estratégias adicionais para uma aproximação com êxito às partes interessadas com maior prioridade, ou seja, as do quadrante superior direito. Entre os exemplos de abordagens possíveis contam-se:

- Contactos pessoais
 - As reuniões presenciais são potencialmente poderosas no estabelecimento de relações, mas podem exigir esforços de organização significativos
 - Mensagens electrónicas e actualizações pessoais
- Convites para reuniões ou eventos exclusivos
- Convites para eventos públicos (por exemplo, webinários)
- Partilha de relatórios específicos e realizações especiais

Na concepção de planos para partes interessadas de alta prioridade, as considerações incluem:

- Como poderia a parte interessada ajudar o INSP?
- Qual é a finalidade da comunicação com a parte interessada?
- O que está a motivar a parte interessada a ajudar o INSP, por exemplo, que interesse financeiro, emocional ou de outra natureza tem no INSP?
- Que informações pretende do INSP? Que mais seria útil para a parte interessada? Como prefere receber as informações?
- Quais são as melhores medidas que o INSP pode tomar para concretizar essas finalidades?
 - É provável que algumas das medidas propostas sejam altamente adaptadas, por exemplo, reuniões individuais entre a direcção do INSP e a direcção do grupo de partes interessadas. Uma medida menos intensa pode ser a de assegurar que as informações importantes para a parte interessada de alta prioridade sejam incluídas ou destacadas no sítio web.

Se os recursos o permitirem, poderá ser útil desenvolver planos para aproximação às partes interessadas com capacidade para um impacto elevado, que tenham presentemente um interesse reduzido, mas que tenham potencial para se envolverem mais com o INSP e contribuírem para o seu êxito. O objectivo desse procedimento é incentivar tais grupos a deslocarem-se para o quadrante superior direito (influência elevada/interesse elevado). As mesmas considerações enumeradas acima

podem ser usadas no sentido de desenvolver abordagens para essas partes interessadas como as que foram aplicadas às partes interessadas já no quadrante superior direito.

AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS ESFORÇOS DE ENVOLVIMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

Pondere desenvolver um plano simples para medir o impacto da implementação dos esforços de envolvimento das partes interessadas. Para alguns tipos de esforços, como alterações no seu sítio web, pode estabelecer medições de referência, como o número total de páginas web visitadas e a duração média da visita, e depois medir o impacto das suas alterações em intervalos regulares (consulte o Anexo D). Para outros, como a obtenção de apoio de partes interessadas de alta prioridade, pode utilizar medidas de processos de curto prazo para aferir se os seus esforços estão no bom caminho, bem como avaliações de prazo mais longo (por exemplo, 6 meses ou 1 ano) para determinar se atingiu o efeito pretendido; por exemplo, se os esforços resultam no envolvimento pretendido e no contributo desejado da parte interessada.

ANEXOS

Anexo A. Trabalhar como um grupo para planear o envolvimento das partes interessadas

Anexo B. Exemplo genérico de um formulário de enumeração e de um gráfico de partes interessadas

Anexo C. Considerações sobre a concepção de boletins informativos

Anexo D. Considerações sobre a concepção de sítios web

ANEXO A. TRABALHAR COMO UM GRUPO PARA PLANEAR O ENVOLVIMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

Poderá ser útil explorar as partes interessadas do INSP através de um processo de grupo, o que incentiva a discussão criativa e o desenvolvimento de uma visão e de uma abordagem partilhadas. Este apêndice foi concebido para ser utilizado como complemento do Guia de Planeamento do Envolvimento das Partes Interessadas. Destaca questões que são importantes para a utilização do guia no contexto de um grupo.

PREPARAÇÃO PARA UM PROCESSO DE GRUPO A FIM DE DEFINIR ESTRATÉGIAS ACERCA DO ENVOLVIMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS

Para ter um processo eficaz no sentido de identificar as partes interessadas e as formas de as envolver, é necessário:

- Uma finalidade claramente articulada para envolver as partes interessadas; por exemplo, obter adesão ao INSP ou apoio para um novo laboratório. Tal afectará a lista de participantes.
- Seleccionar participantes para o workshop. Estes devem ser pessoas conhecedoras do tema em discussão e que possam assegurar o seguimento após o workshop.
- Nomear pessoas para as funções de moderador e anotador.
 - De preferência, o moderador será alguém com experiência nessa função –
 - alguém que consiga ser uma voz neutra e que ajude o grupo a manter-se no caminho certo e chegar a acordo sobre as partes interessadas prioritárias e o caminho a seguir. É melhor que não seja também um participante activo na discussão, uma vez que é difícil ser neutro e, ao mesmo tempo, exprimir opiniões.
 - O anotador tem de ser rápido a digitar e estar suficientemente familiarizado com os tópicos sob discussão para assegurar o registo das informações mais importantes.
- Obter equipamento. Poderá ser útil utilizar um computador com projector para que as notas sejam visíveis para o grupo. Os blocos de cavalete também podem ser úteis para tempestades de ideias e registo das mesmas.
- Elaborar uma agenda. A agenda deve enumerar as etapas, com tempos aproximados para as várias partes do processo. Lembre-se de reservar tempo para pausas.

O PROCESSO DO GRUPO

O processo do grupo seguirá geralmente o esboço descrito no Guia de Planeamento do Envolvimento das Partes Interessadas.

1. Informações introdutórias

A reunião pode começar com apresentações e gestão interna, de acordo com o que seja habitual na organização. O moderador poderá querer definir regras básicas para a discussão, tais como:

- Uma conversa de cada vez
- Manter o enfoque no tema
- Utilize um “parque de estacionamento” para ideias que não se relacionem com o tema, etc.

Um parque de estacionamento é um lugar (por exemplo, uma página do bloco de cavalete) para ideias que não estejam sob discussão no momento, mas que seja importante discutir antes do final

do workshop. O recurso a um parque de estacionamento assegura que os participantes se sintam ouvidos e não pensem que as suas ideias são ignoradas sem consideração.

2. Siga os passos para categorizar as partes interessadas (Secção I)

- Tempestade de ideias acerca de partes interessadas relevantes
- Esclareça o que podem as partes interessadas sob discussão providenciar e como pode o envolvimento com o INSP ajudar as partes interessadas a atingirem os seus objectivos.
- Posicionamento das partes interessadas em função do seu potencial de impacto no projecto e do seu interesse
 - A discussão sobre onde posicionar as partes interessadas conduz frequentemente a percepções cruciais e é muitas vezes mais importante do que o seu posicionamento exacto no gráfico. Tenha o cuidado de posicionar as partes interessadas onde estão e não onde quer que elas estejam. Tome nota das ideias valiosas acerca de maneiras como as partes interessadas podem ser úteis e das questões relativas à comunicação com as partes interessadas que surjam durante a discussão.
- Analise o seu gráfico para se certificar de que registou as informações cruciais

3. Siga os passos para começar a planear a aproximação às partes interessadas (Secção II)

Poderá conseguir fazer planos específicos, por exemplo, para contactar algumas partes interessadas de alta prioridade, ao passo que outros esforços (como a realização de uma reunião com um grupo de partes interessadas, a elaboração de boletins informativos ou a decisão sobre o que publicar no sítio web) poderão necessitar de avaliação mais aprofundada. É mais provável que tais avaliações sejam concluídas se os passos iniciais, as pessoas responsáveis e o calendário forem estabelecidos durante a sessão de planeamento do grupo.

4. Analise a reunião e os resultados

- Identificou as partes interessadas?
- Selecionou as partes interessadas mais importantes para um acompanhamento intensivo, incluindo o que espera ganhar ao interagir com as mesmas?
- Tem planos para manter a visibilidade e facultar informações ao vasto leque de partes interessadas que estão interessadas no INSP e no seu trabalho?
- Os seus planos de acompanhamento são realistas?
- Sempre que adequado, atribuiu tarefas e definiu datas para o acompanhamento?

ANEXO B. EXEMPLO GENÉRICO DE UM FORMULÁRIO DE ENUMERAÇÃO E DE UM GRÁFICO DE PARTES INTERESSADAS

Apresentam-se abaixo exemplos de um formulário de enumeração e de um gráfico de partes interessadas preenchidos. Habitualmente, estes seriam preenchidos para ajudar o pessoal do INSP a pensar em possíveis partes interessadas e basear-se-iam em informações facilmente acessíveis. Neste exemplo, só são enumeradas seis partes interessadas potenciais. Normalmente, um INSP identificaria mais de seis.

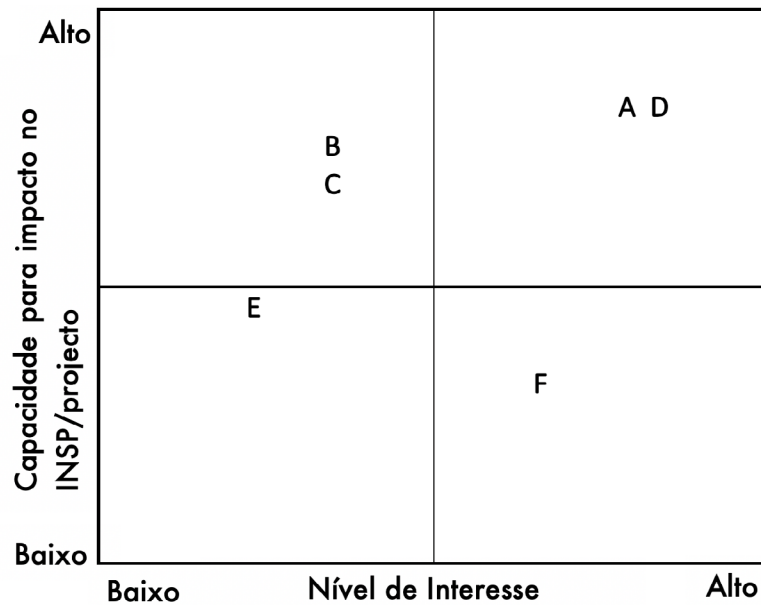
Numa situação real, a coluna sobre as organizações que são partes interessadas incluiria nomes específicos de organizações. Note ainda que o gráfico poderá não ficar concluído nesta fase. Podem ser desenvolvidas informações mais completas depois de seleccionadas as organizações de alta prioridade.

FORMULÁRIO DE ENUMERAÇÃO DE PARTES INTERESSADAS

Organização que é parte interessada	Que gostaríamos de obter dela	Como a ajudará o envolvimento com o INSP a atingir os seus objectivos	Informações adicionais, por exemplo, historial de contactos anteriores, dados da pessoa de contacto
A (talvez uma organização bilateral)	Apoio laboratorial; Podem ser outras coisas – devemos contactá-los.	A detecção precoce apoia a segurança sanitária mundial.	Investiram em nós há 5 anos. Com a COVID, manifestaram um interesse renovado. O nosso ministro tem um bom relacionamento. A Sally é um bom contacto.
B (talvez um doador)	Formação sobre epidemiologia – É possível obter um programa de formação em epidemiologia de campo?	Segurança sanitária mundial; o objectivo do programa é formar epidemiologistas em todo o mundo.	Tentámos interessá-los no ano transacto, mas disseram que não tinham verbas. Apoiaram o nosso país vizinho. O Jon tem bons contactos.
C (talvez uma fundação)	Boletim de epidemiologia, conversão de dados em acção.	Este é um objectivo para a fundação – como conseguimos que fiquem interessados no nosso país?	Não saberemos em que medida estão interessados enquanto não perguntarmos.
D (talvez uma organização multinacional)	Formação sobre um leque de assuntos cruciais para os INSP, incluindo questões laboratoriais, multisectoriais e de liderança/gestão.	Isto faz parte do respectivo mandato.	O ministro pode solicitar apoio. Poderemos ter de criar uma lista específica a respeito do que estamos a solicitar.
E (talvez uma organização profissional nacional ou liderança subnacional)	Resultados laboratoriais tempestivos	Poderemos ter de demonstrar como os dados lhes poderão ser úteis, mas isso talvez torne necessário que melhorem a análise dos dados e o fornecimento de relatórios.	Talvez precisemos de ajuda adicional ao nível nacional sobre como analisar e relatar os dados – há partes interessadas que nos possam ajudar nessa matéria?
F (talvez organizações específicas da comunicação social)	A comunicação social pode amplificar as nossas mensagens. Queremos que "entendam a mensagem" – talvez	Eles vêem o seu trabalho como divulgação de informações – gostariam muito de receber mais notícias nossas, ajudando-nos a informar o público sobre	Seria bom compreender como apresentar as nossas mensagens para que sejam convincentes. Talvez pudéssemos obter formação sobre comunicação social. Também precisamos de formação sobre comunicação dos riscos – quem pode fazê-lo? Necessário sermos selectivos – pode ser asoberbante.

GRÁFICO DE LEVANTAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

Após a tempestade de ideias sobre as partes interessadas possíveis, estas são posicionadas no gráfico de acordo com o seu nível de interesse e a sua capacidade de impacto no INSP. Este é o gráfico que poderá surgir após a discussão sobre as partes interessadas da tabela acima.



ANEXO C. CONSIDERAÇÕES SOBRE A CONCEPÇÃO DE BOLETINS INFORMATIVOS

DEFINA UMA ESTRATÉGIA

Comece por redigir um plano para o seu boletim informativo que descreva o público-alvo (por exemplo, as partes interessadas do seu instituto), o tipo de informações que quer partilhar com esse público (por exemplo, o trabalho mais recente, investigação nova, marcos concretizados e histórias de sucesso do seu instituto) e a frequência com que o quer fazer (por exemplo, semanal, quinzenal, mensal ou trimestral). Tente alcançar um equilíbrio em que o seu público seja muitas vezes envolvido, mas não esteja a ficar saturado com demasiado conteúdo numa frequência excessiva, o que pode levar à perda da atenção dos seus leitores. Crie um calendário editorial com base no plano para ajudar a cumprir os prazos de publicação.

CRIE UM MODELO

Se não houver um designer gráfico nos quadros da sua organização, utilize uma ferramenta online para criar um modelo de boletim informativo profissional. O Mailchimp oferece uma [versão gratuita](#) para até 2000 contactos. Uma boa alternativa ao Mailchimp é o [Constant Contact](#). Estas ferramentas online também ajudarão a desenvolver o seu público (lista de contactos) e a monitorizar o seu desempenho. Logo que tenha encontrado um modelo que funcione para si, mantenha-o. A consistência visual é importante para o boletim informativo e o reconhecimento da marca e dará um aspecto mais profissional.

UTILIZE UMA LINHA DE ASSUNTO CLARA E DESCRITIVA

O seu boletim tem de competir com as muitas outras mensagens electrónicas que chegam à caixa de entrada dos seus leitores. Os leitores apreciam cabeçalhos de assunto que descrevam clara e sucintamente o conteúdo da mensagem; assuntos que motivem o leitor a abrir o boletim informativo e ler o seu conteúdo. Mantenha-o curto: tente não usar mais de nove palavras ou 60 caracteres (por exemplo: "Como está a IANPHI a ajudar resposta à COVID-19", "Nigéria lança curso online de COVID-19 sobre prevenção e controlo de infeções", "Fiocruz expande medidas de combate à COVID-19 entre povos indígenas", "Lancet elogia esforços da KSA no combate à COVID-19", "CARPHA recebe produtos médicos da República Popular da China"). Se um boletim informativo contiver vários tópicos, escolha o mais importante ou oportuno para incluir no cabeçalho do assunto.

MANTENHA-O BREVE E ORGANIZADO

Inclua somente textos curtos ou resumos de artigos e encaminhe os leitores para o conteúdo completo no seu sítio web. Posicione a peça mais importante no topo do boletim informativo. O leitor não deve ter de percorrer a página para baixo para o encontrar.

INCLUA HIPERLIGAÇÕES

Utilize botões de ligações altamente visíveis em várias partes da sua mensagem electrónica a fim de encaminhar o leitor para o seu sítio web. Não se esqueça de inserir também essas ligações no cabeçalho/faixa e nas imagens. As pessoas clicam instintivamente nas mesmas, em especial se lerem as mensagens electrónicas no telemóvel. O primeiro botão de ligação altamente visível que surgir numa mensagem electrónica será quase de certeza mais clicado do que qualquer outra ligação na mensagem.

INCLUA IMAGENS

Sempre que possível, utilize fotos para ilustrar o seu conteúdo e atrair leitores. Certifique-se de seleccionar imagens de alta qualidade e alta definição para um aspecto profissional. De preferência, uma imagem deve ser a primeira coisa que o leitor vê ao abrir uma mensagem electrónica, com texto logo abaixo. Se não tiver uma foto disponível para associar ao conteúdo, poderá querer procurar em fotos de arquivo.

Entre os arquivos gratuitos de fotos de saúde pública, contam-se:

- Sítio web do CDC dos EUA: www.cdc.gov/media/subtopic/images.htm e www.cdc.gov/socialmedia/tools/ImageSharing.html
- The Carter Center: <https://www.cartercenter.org/news/photos/index.html>
- Página do Flickr da USAID (Agência para o Desenvolvimento Internacional dos EUA): www.flickr.com/photos/usaid_images/

Outros arquivos de fotos gratuitas incluem:

- www.pexels.com
- pixabay.com
- unsplash.com

Também pode subscrever um serviço de fotos de arquivo como o www.istockphoto.com ou o www.shutterstock.com.

ACOMPANHE O SEU DESEMPENHO

Meça as suas taxas de abertura e de clique (o número de pessoas que abrem a sua e clicam nas suas ligações) para conhecer as preferências do seu público. Se notar que algumas mensagens electrónicas têm um desempenho melhor do que outras, não hesite em fazer experiências e adaptar o conteúdo e a estratégia de distribuição (tamanho, frequência, melhores dia da semana e hora para enviar), por forma a alcançar o maior número de pessoas do seu público.

Seguem-se alguns exemplos de boletins informativos da IANPHI e de INSP:

- IANPHI Insider (utilizando o Mailchimp): <https://mailchi.mp/ianphi/insider9>
- Revista online do RIVM dos Países Baixos (utilizando um leitor online): <https://magazines.rivm.nl/en/2020/07/rivm-magazine>
- Boletim informativo do levantamento de estudos sobre a COVID-19 do Instituto Norueguês de Saúde Pública: https://www.fhi.no/globalassets/vedlegg/newsletter_9_covid-19-evidence-map-200715.pdf
- Boletim informativo de saúde global do CDC dos EUA: <https://www.cdc.gov/globalhealth/newsletter/2020/july-22-2020.html>

ANEXO D. CONSIDERAÇÕES SOBRE A CONCEPÇÃO DE SÍTIOS WEB

A ARQUITECTURA DO SEU SÍTIO WEB DEVE SER SIMPLES E INTUITIVA

Para melhorar um sítio web existente ou criar um novo, a primeira etapa é a concepção da sua arquitectura, ou seja, o modo como o sítio web é estruturado. O seu sítio web deve ser de fácil navegação e permitir que o utilizador encontre rapidamente a informação. Tal é crucial para manter a atenção dos utilizadores.

O UTILIZADOR DEVE CONSEGUIR ACEDER A QUALQUER DAS PÁGINAS DO SEU SÍTIO WEB EM 3 A 4 CLIQUES

Mesmo que o seu sítio tenha centenas de páginas, a arquitectura deve permitir que o utilizador parta da página de entrada e chegue a qualquer página com três a quatro cliques. Para tal, certifique-se de que as principais categorias e subcategorias do seu sítio web sejam facilmente acessíveis.

MANTENHA O SÍTIO WEB CONSISTENTE

O formato de navegação, os princípios de concepção e a apresentação das ligações do seu sítio web devem seguir as mesmas directrizes. Pondere criar um guia de estilo do sítio web que descreva as directrizes a serem utilizadas pelos administradores e editores do seu sítio web. A consistência de todo o sítio web mantém o utilizador no mesmo por mais tempo, ao facilitar a tarefa de navegar rapidamente para páginas novas e clicar em ligações.

PUBLIQUE ACTUALIZAÇÕES REGULARES

Os sítios web nunca devem ficar estagnados. Os utilizadores valorizam o conteúdo novo e gostam de ver que se esforça por mantê-los informados. Não se deixe assoberbar criando demasiadas páginas web individuais ou um carrossel de imagens complexo na página inicial que exija muito trabalho de manutenção e actualização. Na página inicial, destaque apenas duas ou três notícias de cada vez e rode-as de forma consistente enquanto publica novos conteúdos. Manterá o seu público interessado e os motores de busca detectarão e reconhecerão o seu sítio web como um recurso valioso para apresentação nos resultados das pesquisas.

ACOMPANHE AS ESTATÍSTICAS DO SEU SÍTIO WEB

Monitorize os principais indicadores utilizando uma ferramenta de análise como o Google Analytics. Por exemplo, verifique o número de utilizadores que visitam o seu sítio web, o número total de páginas web visitadas (visualizações de páginas), as páginas mais visualizadas, o número de sessões por utilizador, o número de páginas visitadas por sessão e a duração média das sessões. Quando a sua experiência do utilizador for robusta, os utilizadores passarão mais tempo no seu sítio web. Também contribuirá para melhorar as suas classificações nos motores de busca, que é a sua visibilidade para os utilizadores de motores de busca da web, como o Google.

Como exemplo, visite o recém-remodelado sítio web da IANPHI, concebido com a simplicidade da navegação e da manutenção em mente: www.ianphi.org.