

1.5. Decidir els missatges

1) Copsar les necessitats de comunicació	2) Identificar l'objectiu global (meta)	3) Definir l'estratègia de comunicació	4) Determinar els públics
5) Decidir els missatges	6) Escollir els canals	7) Formular els objectius operatius	8) Proposar accions
			9) Avaluar els resultats de comunicació

El missatge és l'element central de la comunicació. Per aquest motiu, ha de remarcar els beneficis del PLS per millorar la vida de les persones, transmetre informació concisa i comprensible amb un llenguatge clar i accessible, i adaptar-se als interessos i necessitats dels destinataris.

Per exemple: «El Pla de Salut ajuda a millorar la qualitat de vida al municipi.»

Definir els missatges clau

- **Formulació dels missatges generals.** Es centraran a donar a conèixer l'existència del pla, com s'ha elaborat i per a què serveix.

- Resumir en una frase el propòsit general del PLS, que serà el missatge principal.
- Complementar el missatge principal amb dos o tres missatges secundaris que ajudin a acabar de copsar l'essència i els beneficis globals del PLS.
- Sintetitzar els objectius generals del PLS.
- Revisar i validar internament els missatges amb altres persones que hagin intervingut en l'elaboració del pla per assegurar-ne la precisió i la validesa.
- Difondre els missatges a través dels canals més adients en cada cas.
- Monitoritzar i ajustar de manera continuada els missatges segons els resultats.

- **Formulació dels missatges concrets.** Es refereixen als objectius i les accions específiques que contempla el mateix PLS.
 - Seleccionar els aspectes específics del PLS que requereixen una comunicació detallada (com ara programes concrets, intervencions o resultats esperats).
 - Determinar els grups concrets que necessiten rebre aquests missatges.
 - Crear missatges clau que detallin aspectes concrets sobre el PLS, incloent-hi dades, estadístiques i informació detallada sobre beneficis específics.

Recomanacions per elaborar missatges efectius

- **Adaptar el missatge** a cada públic i a cada canal, tenint en compte que una mateixa idea es pot expressar de maneres diferents.
- **Utilitzar un llenguatge clar** i entenedor, adaptat a les característiques de les persones amb qui ens comuniquem.
- **Sintetitzar.** En comunicació, menys és més.
- **Identificar la idea central**, que articularà tot el discurs i servirà de base de l'argumentari.
- **Evitar l'ús de tecnicismes.**
- **Posar exemples** i fer servir metàfores i comparacions per explicar amb facilitat conceptes complexos.
- **Fer servir diversos formats** (escrit, visual, audiovisual, sonor...) i combinar-los per augmentar la seva eficàcia comunicativa.
- **Comprovar** que el missatge és adequat i s'entén, validant-lo amb persones representatives dels públics a qui s'adreça abans de comunicar-lo i realitzar els ajustos pertinents.

- Provar els missatges amb grups petits d'audiència per validar que són entenedors.
- Implementar els missatges en els canals i formats més adequats per arribar millor a l'audiència.
- Monitoritzar la resposta dels missatges i ajustar-los per maximitzar-ne l'efectivitat.

Elaborar argumentaris

Sovint, cal **justificar els missatges** que es difonen. Per exemple, en el cas de «El Pla de Salut ajuda a millorar la qualitat de vida al municipi», caldria explicar per què.

Segons l'estratègia escollida, aquesta justificació pot tenir una base emocional, racional, narrativa, visual o orientada a la participació.

Com a recomanacions generals, convé:

- Identificar el missatge que es vol argumentar, ja sigui el propòsit general del PLS o algun dels seus objectius específics, com ara la promoció de l'activitat física.
- Explicar perquè aquest tema és rellevant per a les persones i per a la salut pública en general.
- Recollir dades estadístiques, estudis, investigacions i citacions d'experts que ratifiquin les mesures previstes en el PLS, especialment si es basa en una estratègia de tipus racional.
- Incloure exemples d'èxit reals desenvolupats en altres municipis o territoris per reforçar la iniciativa.
- Per a cada missatge clau, desenvolupar tres o quatre aspectes que detallin com i per què les mesures del PLS són efectives i necessàries.
- Identificar possibles objeccions o preocupacions que podria suscitar la qüestió del PLS que es vol argumentar.
- Preparar respostes i contraarguments basats en evidències per afrontar aquestes objeccions de manera efectiva.
- Adaptar l'argumentari als diversos públics. Per exemple, si ens adrecem als agents de salut, la justificació tindrà en compte l'evidència científica o els beneficis que comporta la qüestió per a la ciutadania, tant a nivell individual com comunitari. Si ens adrecem a càrrecs electes, situarem el focus en l'impacte social, sanitari i econòmic.
- Elaborar materials visuals com infografies, diapositives o fulls informatius per reforçar l'argumentari durant presentacions i reunions. En aquest cas, pot ser útil fer servir els recursos detallats d'aquesta guia.

Cura de continguts

Per tal de garantir la rellevància, la fiabilitat i la utilitat dels missatges, és convenient:

- **Triar fonts fiables i autoritzades** per recollir informació sobre temes de salut relacionats amb el PLS. Per exemple, estudis acadèmics, publicacions oficials,

informacions d'organismes institucionals, o professionals amb expertesa en la matèria, entre altres.

- **Recopilar continguts rellevants** que poden incloure articles, informes, vídeos, pòdcasts i dades estadístiques.
- **Verificar la informació recollida** abans de compartir-la amb experts, personal responsable de l'acció o entitats, entre altres.
- **Actualitzar periòdicament els continguts** del PLS amb les últimes evidències i informacions rellevants sobre salut pública. Per exemple, incorporar una anàlisi de les dades de salut o recomanacions recents en matèria de salut pública.