



PÚBLICO-ALVO	MENSAGEIRO
Público geral – quando você quer ilustrar o custo humano da doença crônica.	Um indivíduo que sofre de uma doença crônica ou alguém que perdeu um parente devido a um problema de saúde evitável.
Ministro da Fazenda – quando você for argumentar que o investimento na prevenção e controle de doenças crônicas não só é custo-efetivo, como também pode oferecer benefícios econômicos.	Um economista nacional ou internacional proeminente ou um ministro da fazenda de outro país, que é capaz de argumentar sobre os benefícios econômicos da ação de forma convincente.
Um Primeiro-ministro que está considerando apoiar uma determinada lei.	Ministros; assessores atuais e antigos, líderes políticos em seu partido; lideranças comunitárias e religiosas; líderes empresariais; financiadores.
Público geral – quando você está tentando educar e motivar.	Médicos, cientistas, acadêmicos. Atletas e celebridades também podem ser mensageiros eficazes para educar e motivar.
Médicos – quando você está educando seu público sobre a necessidade de uma abordagem integrada para a doença crônica.	Médicos conhecidos nacional ou internacionalmente, ou médicos com influência institucional ou econômica na comunidade médica. Além de terem contato profissional com seus colegas, essas pessoas são frequentemente consultadas por seus comentários especialistas na grande mídia ou em publicações de cunho profissional.
Estagiários médicos	Professores de medicina.
Jornalistas – Quando você está buscando cobertura na mídia para uma questão.	Indivíduos que já sofreram de uma doença crônica. Se alguém da sua organização vai ser entrevistado, o melhor é que seja alguém que possa falar de experiência própria – alguém que trabalhe diretamente com a questão – contanto que seja bom/boa comunicador/a.