

Autor: Vaz de Almeida

Saúde: Caminhar para uma linguagem clara é assim tão difícil?



A linguagem clara salva vidas. A linguagem clara ultrapassa barreiras da incompreensão, e permite que a saúde entre pela casa das pessoas e as faça agir melhor pela sua saúde e dos seus.

Quando se fala em linguagem simples temos de ter em conta a audiência, isto é a que segmento de população nos direcionamos, o fim ou o propósito da comunicação, e o contexto em que esta comunicação ocorre. A linguagem simples é direta, mas não é simplista, infantil ou paternalista.

Na sala de espera, na consulta seja em ambiente hospitalar, seja em ambiente de centro de saúde, as pessoas quando a eles recorrem é geralmente por questões ou circunstâncias em que o seu grau de preocupação e ansiedade aumentou, seja por questões de cuidado ou de prevenção de fatores de risco. Nesses momentos, como refere Kahneman (2012) o cérebro reptiliano ou o sistema 1 está ativado, e as pessoas pouco racionalizam em condições de grande stress.

Então que ingredientes poderá haver para que, no caso de recursos essenciais à saúde, possa haver melhores resultados, sobretudo em populações que indicam baixa literacia em saúde (Espanha, 2016).

O uso da linguagem simples pode ser um caminho de melhoria desta autoestrada do conhecimento e aprendizagens sobre o seu cuidado ou prevenção de fatores de risco que as pessoas precisam de ter.

A necessidade de recurso aos espaços de saúde assim dita a sua percepção de necessidade, mas muitas vezes sem haver em concreto mais vias de resolução em relação à sua atitude ou comportamento futuros.

A linguagem simples tem a ver com uma comunicação clara e eficaz, nem mais nem menos. Diz respeito a uma nova atitude e uma mudança fundamental em relação às práticas passadas" (Kimble, 1995, p. 52).

Quando falamos em linguagem clara em saúde a que nos referimos?

Uma boa escrita é uma leitura sem esforço, apelativa, quase sensorial que promove o desejo de continuar.

Para o conteúdo ser claro e promover a adesão do paciente, este, quando pesquisar por si, deve encontrar o que precisa, entender o que é preciso entender, e vai direto à sua situação, sendo informação credível, e que ele também saiba que essa informação é indicada. É preciso que o paciente consiga encontrar o que precisa e é importante, e usar essa informação para ir ao encontro do que necessita no seu cuidado, prevenção das doença ou promoção da saúde. É pedir ou exigir muito? Parece-nos que não, se forem seguidas algumas regras básicas.

Schrivener, Cheek e Mercer (2010) referem de forma mais pragmática a definição de linguagem clara "se seus leitores podem encontrar o material de que precisam, compreendê-lo na primeira vez que o leem, e usar essa informação para executar sua tarefa (ou a tarefa que devem realizar), é linguagem simples" (p. 26).

Já estão estabilizados os elementos-chave de linguagem simples e clara. Apresentamos aqui 20 orientações para conseguir escrever em linguagem clara.

As fontes dos quadros seguintes foram baseadas em Byrne, 2008; Hadden, Prince et al. (2016); Ngo-Metzger et al., 2006; Kimble, 2002; Schriver, 1997; Watson, 2019; Vaz de Almeida, 2021

Quadro 1. 20 orientações para uma linguagem clara

- 1. Coloque a mensagem principal no início, as informações mais importantes em primeiro lugar, e reforce no final**
- 2. Conheça os termos culturais e próprios da região ou cultura e registe as crenças positivas**
- 3. Divida informações complexas em partes compreensíveis (blocos)**
- 4. Exclua informações desnecessárias.**
- 5. Faça frases diretas, simples e curtas.**
- 6. Faça participar o utente no processo de simplificação. Registe o que ele entende e como entende**
- 7. Forneça amplo espaço em branco para que as páginas pareçam fáceis de ler.**
- 8. Inclua instruções interativas fazendo com que os pacientes façam, escrevam, digamos ou mostrem algo para demonstrar sua compreensão.**
- 9. Organize a informação para que os pontos comportamentais ou de ação mais importantes estejam em primeiro lugar;**
- 10. Pré-teste de materiais para avaliar se são adequados para o público-alvo.**
- 11. Se usar uma palavra técnica, defina-a.**
- 12. Traduza o jargão técnico de imediato para uma linguagem acessível e simples**
- 13. Use amplo espaço em branco em torno da mensagem escrita**
- 14. Use auxiliares audiovisuais para complementar instruções orais e escritas, como diagramas e imagens ou instruções de áudio curto ou videogravadas.**
- 15. Use fontes simples não serifadas (redondas)**
- 16. Use marcadores ou listas ou tabelas numeradas em vez de grandes blocos de texto**
- 17. Use os cabeçalhos para orientar os leitores e informações sobre “partes”.**
- 18. Use palavras comuns do dia a dia e não jargões.**
- 19. Use pronomes pessoais.**
- 20. Use voz ativa sempre que possível**

Especificamente as frases e os conteúdos claros têm também algumas regras de compreensão simples. Aplique-as então:

Quadro 2. Frases e conteúdos claros

- 1. Cada parágrafo deve desenvolver a ideia principal através de uma sequência lógica de frases.**
- 2. Conte se possível, uma história. As pessoas gostam de narrativas depois pelo complemento direto (quem faz o quê?)**
- 3. É essencial colocar o sujeito principal e o verbo no início, seguido e**
- 4. Evite palavras complexas ou muito abstractas por exemplo: supresão; exímio, catalizador, retrospectivo, etc.**
- 5. Evite palavras e advérbios terminados em “mente” – absolutamente, designadamente, financeiramente; justificadamente, etc**
- 6. Incentive a ação sempre que possível, e por isso mostre às pessoas qual o caminho que elas devem percorrer para lá chegar**
- 7. Invista numa escrita com a utilização de verbos fortes em vez de substantivos**
- 8. Omita detalhes desnecessários (as gorduras do texto). Reduza as informações ao que seu leitor precisa saber e fique por aí. Não se exceda em informações**
- 9. Prefira frases curtas e médias, até 15 a 20 palavras.**
- 10. Sempre que possível, teste o seu documento num pequeno grupo de destinatários diretos, e melhore após esta reflexão conjunta tão útil**

11. Tente começar o documento e as principais divisões com um ou dois parágrafos que introduzam e resuma o que se segue, incluindo a sua resposta.
12. Use exemplos reais, ou fictícios, mas que ajudam a explicar o texto.
13. Use transições para ligar as suas ideias e introduzir novas ideias.
14. Use uma frase de tópico para resumir a ideia principal de cada parágrafo ou de uma série de parágrafos sobre o mesmo tópico.
15. Volte a reforçar a mesma ideia no final. Pode ser com algumas palavras semelhantes.

Um bom design cria uma autoestrada para a mente e contribui para maio adesão do paciente

Para além das palavras e da forma como construimos as frases e o discurso, é preciso notar que os princípios de design de documentos também permitem uma organização clara do formato e aumentam o impacto da linguagem simples. Ler é também ver. Mesmo que em escrita inclusiva braille.

Quadro 3. Benefícios da linguagem clara para as pessoas

- As pessoas entendem e encontram informações mais facilmente
- As pessoas localizam informações mais rapidamente se a comunicação for clara
- Os documentos claros são mais fáceis de atualizar
- A linguagem clara pode ser ensinada e praticada nas organizações, com vários ganhos em saúde

Um bom design orienta a leitura, destaca, ajuda a fazer parágrafos, juntando as palavras ao seu conceito profundo e significado. Navegar pelas palavras deve ser confortável, não esforçando a visão, criando uma autoestrada direta para a mente.

Os gráficos e outros elementos visuais permitem que a memória se retenha um pouco mais, deixando marcas para o futuro.

O paciente que está em frente do profissional de saúde, quando é apoiado por este com imagens sobre o seu tratamento, a sua ação para a manutenção da sua saúde ou para a prevenção dos fatores de risco ou caminho para a cura, beneficia longamente e depois de sair do ambiente de consulta.

Registrar e apelar a essas “ancoragens” à vida quotidiana trazem benefícios de adeus muito mais longos.

Detectar as necessidades para se adaptar a linguagem certa

Não é preciso contar tudo ao paciente. O que é que ele quer e precisa de saber?

É preciso relatar aquilo que ele quer ouvir e o que deve fazer de forma essencial para manter a sua saúde, aderir a um tratamento, promover o seu bem-estar.

E por isso as necessidades de informação do paciente dependem das necessidades do próprio paciente, do seu nível de literacia em saúde, e dos fatores de risco que deve estar alerta.

A comunicação verbal conta, mas a escrita e o desenho ajudam na memória

As informações de saúde são comunicadas verbalmente, especialmente entre o paciente e o profissional de saúde. Contudo e como temos pessoas mais visuais e outras mais auditivas, isto é há pessoas que memorizam melhor através da visualização de elementos (escrito, desenhos, gráficos) enquanto que outras preferem o som (voz, audio, etc). Na falta de certeza sobre qual a memória predominante, o melhor é usar vários registos: visual, auditivo, tato e outras sensações que permitem comunicar melhor com o paciente para que ele de os melhores resultados.

As técnicas de linguagem simples usadas através da palavra escrita acessível também devem ser usadas nas mensagens verbais.

Garantir a compreensão significa que podem ser usadas outras técnicas, como o teach back ou o show me.

O **teach back** é uma técnica muito importante em que o profissional de saúde pede à pessoa que está a receber a informação de saúde, que a reafirme com as suas próprias palavras, para garantir que são compreendidas e recordadas e sobretudo para garantir que o profissional se conseguiu expressar bem nesse momento. A carga ou o peso recai sobre o profissional que deve reforçar à pessoa que o fato de estar a pedir à pessoa que repita o que ela acabou de dizer é apenas para verificar com segurança se o próprio profissional se expressou corretamente e claramente.

O **show me**, é a mesma técnica, mas aqui solicita-se à pessoa que demonstre de forma prática se aprendeu e consegue fazer o que lhe foi demonstrado, como por exemplo nas alturas da aprendizagem do autocuidado de injeções de insulina. Quando a compreensão não é precisa ou completa, o profissional deve repetir o processo até que o destinatário consiga de forma eficaz, reafirmar as orientações que recebeu.

Conclusão

Saúde: Caminhar para uma linguagem clara é assim tão difícil? Não é difícil. É preciso saber as regras

É preciso que os profissionais das áreas da saúde, social, educação se consciencializem da importância de perceber os caminhos potenciadores de melhor adesão proporcionados pela transformação do seu jargão técnico e inacessível numa abertura humanista e próxima que a linguagem clara proporciona.

Melhores dias virão para os utentes, para os pacientes e para todos os que estiverem envolvidos nesta cadeia ininterrupta da saúde que afeta a todos e a cada um.

Cristina Vaz de Almeida

Presidente da Sociedade Portuguesa de Literacia em saúde

Referências

[Espanha, R., Ávila, P., & Mendes, R. M. \(2016\). A literacia em saúde em Portugal.](#) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Kahneman, D. (2012). *Pensar depressa e devagar*. Maia: Círculo de Leitores.

Kimble, J. (2002). The Elements of Plain Language, *Michigan Bar Journal*, 81, pp. 44-45, Disponível em <http://www.plainlanguage.gov/whatispl/definitions/kimble.cfm>

Schriver, K.A. (1997). *Dynamics in Document Design*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Schriver, K.A., Cheek, A.L., Mercer, M. (2010). The research basis of plain language techniques: Implications for establishing standards, *Clarity*, 63, 26-33.

Schillinger, D. et al. (2003). Closing the loop. *Archives of Internal Medicine*, 163.

Watson, J. C. (2019). Talking the talk: Enhancing clinical ethics with health literacy best practices. *HEC Forum*, 1-23.

Vaz de Almeida, C. (2021). *Eureka: A Proposal of a Health Communication Model Based on Communication Competences of the Health Professional! The Assertiveness, Clarity, and Positivity Model*. In C. Belim & C Vaz de Almeida, *Health Communication Models and Practices in Interpersonal and Media Contexts: Emerging Research and Opportunities*. IGI

Data de Publicação: 05-05-2023