

Linhas orientadoras para a promoção da literacia em saúde: Produção, disponibilização e aplicação de recursos

Enquadramento

No âmbito do Programa de Literacia em Saúde e Integração de Cuidados do Ministério da Saúde, a Escola Nacional de Saúde Pública (ENSP-NOVA) tem vindo a desenvolver a Rede Inteligente para a Promoção da Literacia em Saúde, com o objetivo de apoiar, mobilizar e promover sinergias entre os produtores de recursos nesta área.

O instrumento central da Rede é a [Biblioteca de Literacia em Saúde](#), disponível no Portal SNS. Trata-se de um repositório digital de referência para recursos que configurem boas práticas para a promoção da literacia em saúde.

Este documento, “Linhas Orientadoras para a Promoção da Literacia em Saúde”, foi produzido pelo Grupo Editorial da Biblioteca da Literacia em Saúde e destina-se a indivíduos ou entidades que desenvolvam este tipo de recursos. Tem como objetivo contribuir com linhas orientadoras para a produção, disponibilização e utilização de recursos de apoio à promoção da literacia em saúde, de acordo com as boas práticas.

O documento está estruturado em três partes que, embora complementares, podem ser consultadas de forma independente:

- 1) **PRODUÇÃO**: Boas práticas para a produção de recursos de apoio à literacia em saúde;
- 2) **DISPONIBILIZAÇÃO**: Princípios de mediação adequada de literacia em saúde;
- 3) **APLICAÇÃO**: Passando da literacia à mudança dos comportamentos de saúde (ativação).

Parte I PRODUÇÃO

1. Produção de recursos para a promoção da literacia em saúde: boas práticas gerais

As boas práticas apresentadas de seguida destinam-se a quem queira produzir recursos de apoio à promoção da literacia em saúde: *websites*, aplicações móveis, folhetos, cartazes, livros, etc.

Este documento não pretende ser exaustivo. Pelo contrário, apresenta de forma muito reduzida (para leitura rápida) técnicas comprovadas e reconhecidas, organizadas em formato *check-list*, que têm como objetivo orientar o trabalho de produção e divulgação de recursos.

Os aspetos aqui referidos são também utilizados pela equipa técnica do Grupo Editorial da [Biblioteca da Literacia em Saúde](#), aquando da validação dos produtos a incluir neste repositório digital alojado no Portal SNS. Nesse sentido, no final do documento são também listados critérios de exclusão específicos da Biblioteca.

1.1 CREDIBILIDADE

1.1.1 Os conteúdos têm fundamentação científica adequada

O primeiro requisito para a produção de recursos de promoção de literacia em saúde é que o conteúdo em causa (por exemplo, sobre atividade física ou controlo do peso corporal) seja baseado na melhor evidência científica, comprovando ser o mais adequado, à data de pesquisa, para efeitos de promoção de saúde ou prevenção de doença. Nesse sentido, importa:

- criar e atualizar de forma regular uma síntese da evidência técnica que suporta os conteúdos do recurso;
- avaliar de forma crítica a qualidade dos documentos e estudos consultados, atendendo também ao que é recomendado como grau de evidência científica por entidades credíveis. Em saúde, essa evidência deve ter origem, por exemplo, em revisões sistemáticas e meta-análises, ensaios clínicos ou comunitários, ou inquéritos de larga escala;
- validar os conteúdos com peritos na área, externos à equipa que os produziu, mesmo que pertença a uma entidade credível (ex: Direção-Geral da Saúde).

1.1.2 O recurso foi produzido por uma equipa multidisciplinar

É cada vez mais importante que as pessoas envolvidas na produção de recursos de promoção da literacia em saúde representem uma diversidade de conhecimentos e experiências.

Para garantir que o recurso tem o efeito pretendido junto do seu público-alvo, é especialmente importante o contributo de profissionais da área da comunicação.

1.2 COMPREENSÃO

1.2.1 Os autores do recurso compreendem o seu público-alvo e o seu contexto

PÚBLICO-ALVO	CONTEXTO
Identificar de forma inequívoca o público-alvo, isto é, não misturar públicos-alvo com características diferentes e não produzir conteúdos únicos para públicos-alvo com características diferentes	Explorar o contexto de acesso e utilização do recurso por parte do público-alvo (por exemplo, onde vivem e qual o acesso que têm a certos meios de comunicação)
Definir o público-alvo segundo o perfil sociodemográfico, uma análise de marketing/comunicacional e, sempre que possível, a sua auto-perceção (incluindo os seu níveis de literacia em saúde e de literacia digital)	O recurso tem originalidade, isto é, não é redundante, atendendo ao leque de informação já disponível ao público-alvo
Definir se o recurso deve ser direcionado para o mediador ou para o utilizador final (ex: a linguagem de um recurso de orientação sobre alimentação infantil deve ser adequada aos pais, mas um recurso com mensagens simples sobre alimentação saudável pode ser produzido diretamente para crianças)	Ter em conta o contexto e oportunidades para divulgar o recurso, incluindo a existência (ou não) de mediadores, de forma a informar a decisão sobre qual o formato a adotar
Recordar que a capacidade das pessoas para aceder e compreender informação sobre saúde é variável, devendo ser disponibilizada de diferentes formas e através de canais diversos	
Definir a ação que se pretende que o público-alvo cumpra	

1.2.2 A linguagem é adequada ao público-alvo

- A organização da informação do conteúdo é adequada, de forma orientar o utilizador do recurso:
 - organizar informação segundo a lógica do utilizador;
 - organizar informação segundo as necessidades do utilizador;
 - idealmente, não ultrapassar cinco mensagens-chave;
 - realçar pontos de interesse;
 - escrever resumos (no caso de documentos longos);
 - usar títulos claros e simples (de preferência, com não mais de 8 palavras);
 - garantir manchas de texto pouco densas, com tamanho de letra adequado ao utilizador;
 - recorrer a ilustrações, esquemas e desenhos.

- A linguagem utilizada é clara (plain language):
 - usar palavras claras, sem duplos significados;
 - usar secções curtas, com frases curtas (até 15 palavras) e parágrafos curtos (até 125 palavras);
 - havendo a opção, palavras curtas (por exemplo, “usar” em vez de “utilizar”);
 - simplificar a linguagem, mesmo que a entidade autora do recurso seja de grande relevo ou autoridade;
 - evitar o uso de maiúsculas;
 - evitar jargão técnico (por exemplo, médico ou jurídico) ou palavras complexas, substituindo-as por termos usados pelo público-alvo;
 - utilizar a voz ativa (por alternativa à voz passiva);
 - não utilizar abreviaturas;
 - evitar siglas ou acrónimos;
 - dar exemplos sempre que possível.

1.2.3 O formato é adequado ao público-alvo

- Foram exploradas outras formas de disponibilizar o conteúdo.

- O formato do recurso é apelativo para o contexto do público-alvo, ou seja, ativa emoções positivas (ex: utilização de música, histórias ou relatos pessoais).

- O conteúdo gráfico cumpre regras básicas de grafismo:
 - utilizar o mesmo design para o mesmo tipo de informação;
 - não utilizar sombras ou padrões confusos por baixo do texto;
 - garantir bom contraste entre fonte e fundo;
 - utilizar imagens acessíveis e familiares ao público-alvo (respeitando regras de propriedade intelectual);
 - utilizar imagens coerentes com o texto.

- São respeitados princípios da literacia digital e de facilidade de interação em contextos digitais (incluindo ambientes online):
 - descrever apenas uma ideia por parágrafo;
 - evitar o *scroll* no ecrã;
 - evitar muitos níveis de navegação, isto é, muitos cliques que abram páginas novas;
 - destacar as ideias principais de forma visual;
 - dispor informação em pequenos blocos, com subtítulos, espaçamento de texto e uso de *bullets*;
 - utilizar hiperligações (*links*) para cruzar informação com outras fontes;
 - utilizar fonte *sans serif*;
 - mínimo de tamanho da fonte: 12 pontos no texto e 20-24 pontos nos títulos;
 - limitar comprimento da linha a 40-50 caracteres;
 - garantir bastante espaço nas margens;
 - dar preferência a listas e textos de tipo pergunta & resposta.

1.3 TESTE E AVALIAÇÃO DO RECURSO

1.3.1 O recurso é testado com uma amostra do público-alvo antes de ser publicado

- Realizar um piloto ou uma atividade de teste (por exemplo, um *focus group*);
- Fazer uma revisão rigorosa para evitar erros ortográficos, gralhas ou frases sem sentido;
- Confirmar que a linguagem e o formato são bem-recebidos pelo público-alvo;
- No caso de se tratar de um recurso de base digital ou tecnológica (por exemplo, um *website* ou uma *app*), utilizar metodologias próprias para testar a sua facilidade de interatividade (nomeadamente, *usability testing*).

1.3.2 Uma vez publicado, o recurso é regularmente avaliado pelos autores para garantir a sua atualidade e utilidade

- Disponibilizar sistemas de alerta para que os autores possam apreciar a atualidade do conteúdo técnico de forma regular;
- Monitorizar o *engagement* gerado pelo recurso (sendo, por exemplo, o número de partilhas em redes sociais mais importante do que o número de visualizações);

1.3.3 O recurso é revisto e melhorado à luz dos resultados dos testes.

*Produzido pelo Grupo Técnico e validado pelo Comité Editorial da Rede Inteligente para a
Promoção da Literacia em Saúde*

*O conteúdo deste documento é dinâmico e evolutivo.
Última actualização: fevereiro 2018*