

## **Anexo C**

### **Elementos de uma Escolha Consciente (Informada)**

## Anexo C

### Elementos para uma Escolha Consciente (Informada)

O orientação é um processo interativo, onde o provedor ouve as necessidades da cliente, trata de solicitar as suas preocupações, e oferece informações relevantes para melhor orientação da cliente. O processo ideal inclui o provedor oferecendo uma apresentação equilibrada das características de cada método e perguntando para a cliente o que ela compreende sobre suas alternativas. **A OMS e outros estipularam a importância dos provedores de NÃO pressionarem ou super-enfatizarem certos métodos em relação a outros.**

A seguir está um resumo das recomendações feitas pela "International Planned Parenthood Association" (Federação Internacional de Paternidade Planejada) com base nas avaliações da associação entre orientação, qualidade da atenção, e continuidade do método:

- 1) O orientação para anticoncepção deve focalizar principalmente na informação essencial e nas discussões das necessidades da cliente para fazer uma seleção adequada de anticoncepcional e para uso de método correta e consistentemente.
- 2) O orientação deve ser restringida ao número de questões que podem ser discutidas dentro da disponibilidade de tempo.
- 3) A quantidade de informação oferecida durante a sessão de orientação deve ser de acordo com o que a cliente pode compreender e guardar na sua memória. Devemos recordar que o processo de aprendizado deve ser contínuo, e não deve ser esperado que alguém aprenda mais em uma única sessão, do que o razoavelmente possível.
- 4) Os provedores de serviço devem lembrar que cada cliente tem diferentes necessidades e níveis de conhecimento e compreensão do planejamento familiar. Assim a ênfase da orientação, a técnica de orientação e o tempo gasto com a cliente, deve ser estabelecido segundo as características e necessidades individuais da cliente.

Outros elemento da escolha consciente foram definidos pelo Cooperating Agencies Task Force on Informed Choice (Grupo de Trabalho das Agências Cooperativas sobre Escolha Consciente). O seguinte resumo de relatório foi obtido de: "Cooperating Agencies Task Force on Informed Choice." *Informed Choice: Report of the Cooperating Agencies Task Force*. Baltimore, The Johns Hopkins University, 1989.

# **ESCOLHA CONSCIENTE: RELATÓRIO DO GRUPO DE TRABALHO DAS AGÊNCIAS COOPERATIVAS**

Julho de 1989

*Para maiores informações ou cópias deste relatório, contactar:*  
Dr. Phyllis T. Piotrow, Presidente do Grupo de Trabalho das  
Agências Cooperativas  
Diretor  
Center for Communication Programs  
The Johns Hopkins University  
111 Market Place  
Baltimore, MD 21202, EUA

# RELATÓRIO DO GRUPO DE TRABALHO DAS AGÊNCIAS COOPERATIVAS SOBRE ESCOLHA CONSCIENTE

## Resumo Executivo

A Grupo de Trabalho das Agências Cooperativas sobre Escolha Consciente consiste de representantes de 17 organizações, que trabalham com programas internacionais de planejamento familiar, se reuniram em abril e novembro de 1988 e em fevereiro de 1989. As seguintes recomendações representam o consenso dos membros do Grupo de Trabalho sobre as atividades mais importantes necessárias para promover a escolha consciente (informada) em países em desenvolvimento:

### *Recomendação No. 1*

#### **Definição Ampliada de Escolha Consciente (Informada)**

A opção consciente é acesso eficaz a informação sobre escolhas reprodutivas e à orientação, serviços e insumos necessários para ajudar um indivíduo a selecionar e usar um método apropriado de planejamento familiar, se assim o desejar. O Grupo de Trabalho das Agências Cooperativas ampliou a definição de escolha consciente, de uma seleção de métodos de planejamento familiar, para incluir várias opções reprodutivas, incluindo a possibilidade de escolher a gravidez. Assim, a escolha consciente começa antes da seleção de um método específico, na ocasião quando a pessoa aprende inicialmente que existe uma maneira de controlar sua fertilidade.

### *Recomendação No. 2*

#### **Processo Contínuo**

A escolha consciente deve ser considerada como processo contínuo, como novos/as candidatos/as experimentado um método e mudando para outros métodos ou nenhum, com a mudança das suas necessidades ou preferências.

### *Recomendação No. 3*

#### **Seleção de Métodos**

Dentro de cada zona de serviços, deve estar disponível uma gama apropriada de métodos anticoncepcionais para satisfazer as necessidades de vários tipos de usuários/as de anticoncepcionais. Os métodos disponíveis devem incluir métodos masculinos e femininos, alguns métodos reversíveis que são temporários, assim como os de longo prazo e

permanentes. Os gerentes de programas devem tentar chegar a "acesso eficaz," o que significa que, no mínimo, os grupos principais de anticoncepcionais estejam disponíveis em cada região de um país.

### *Recomendação No. 4*

#### **Referência**

Os provedores que oferecem somente um, ou uma gama limitada de métodos de planejamento familiar devem avisar os/as clientes sobre onde métodos alternativos estão disponíveis, independentemente da distância. Sistemas de referência devem ser estabelecidos e coordenados pelos provedores a nível local, com a utilização de material impresso, conforme apropriado.

### *Recomendação No. 5*

#### **Orientação na Clínica**

Para complementar a orientação, os provedores de serviços devem procurar melhorar a orientação de clientes usando áreas de espera para colocar material visual, fazer apresentações audio-visuais e oferecer palestras e também fornecendo orientadores com ajudas visuais e material impresso. O material para orientação de clientes deve ser correto, apropriado para a clientela alvo e compreensivo.

### *Recomendação No. 6*

#### **Orientação de Clientes**

Cada instituição deve assegurar que a orientação de clientes seja realizada com sensibilidade e eficácia. O objetivo da orientação é de que o/a cliente possa fazer uma escolha com a qual está satisfeito/a e se a escolha for de usar anticoncepção, de preparar o/a cliente para usar seu método escolhido de maneira eficaz. O orientação deve ser uma interação mútua, baseada em um relacionamento positivo.

### *Recomendação No. 7*

#### **Monitorização e Avaliação**

As Agências Cooperativas e instituições locais devem acumular informação necessária para a monitorização e avaliação de escolha consciente, como parte dos seus padrões de requerimentos. Esta informação pode

incluir indicadores de que diretrizes de orientação de clientes foram seguidas e estatísticas de serviços sobre a proporcionalidade dos métodos e referência (conforme apropriado). As avaliações devem considerar a estrutura dos serviços, o próprio fornecimento dos serviços e os resultados, para averiguar o âmbito da escolha consciente. Sendo que as Agências Cooperativas podem fornecer o apoio técnico, as instituições locais precisam assumir a responsabilidade principal para promover a escolha consciente e de monitorizar os locais de provisão de serviços, para assegurar que estão sendo seguidas as etapas apropriadas.

#### *Recomendação No. 8*

##### **Projeção para o Público**

Os serviços de planejamento familiar devem aumentar a utilização da mídia culturalmente sensível para chegar não somente a usuários potenciais e atuais de anticoncepcionais, mas também a outros que influenciam decisões reprodutivas, tais como maridos e mulheres, outros familiares e políticos. Todos os tipos de educação pública, como a televisão, rádio, imprensa, revistas, reuniões de grupos, exposições, eventos culturais, teatro popular, todos os tipos de espetáculos, visitas de trabalhadores de campo, bulas em estojos anticoncepcionais e material visual em locais de compra, devem ser incrementados. Sempre quando viável, devem incluir informação sobre métodos específicos.

#### *Recomendação No. 9*

##### **Protocolos para a Provisão de Serviços**

Ambos, agências públicas e privadas em países em desenvolvimento devem desenvolver diretrizes nacionais e regionais sobre métodos de planejamento familiar e processos de orientação de clientes. A ênfase deve ser em apoio contínuo de clientes, não simplesmente no primeiro contato.

#### *Recomendação No. 10*

##### **Treinamento**

O pessoal de prestação de serviços deve ser treinado na orientação de clientes e comunicação interpessoal, sendo que uma boa orientação e um relacionamento positivo com clientes são essenciais para a escolha consciente. O pessoal de orientação deve receber treinamento no serviço, assistência, supervisão e avaliações periódicas. Cada agência deve desenvolver ou adaptar, de outras agências, uma parte de um módulo de treinamento específico sobre escolha consciente. Os treinadores/as devem encorajar provedores de serviços a serem atenciosos às necessidades e situação de vida de clientes.

#### *Recomendação No. 11*

##### **Envolvimento Masculino**

Os programas de planejamento familiar devem prestar maior atenção ao papel dos homens nas decisões reprodutivas e de expandir os programas de projeção a homens. Muitos programas concentram somente em mulheres, mesmo sendo que os homens têm um papel principal nas decisões reprodutivas familiares em muitos países.

#### *Recomendação No. 12*

##### **Planejamento Familiar e DST Incluindo AIDS**

A prevenção e tratamento de doenças sexualmente transmissíveis (DST) são importantes para a saúde reprodutiva. Provedores de planejamento familiar devem oferecer serviços básicos de DST. Considerando a ampla preocupação sobre o síndrome da imunodeficiência adquirida (AIDS), provedores de planejamento familiar devem procurar assistência de várias fontes para programas orientados a evitar a transmissão do vírus que causa AIDS. Estes programas podem incluir treinamento de pessoal, orientação, atividades de grupos, promoção e distribuição de camisinhas, o desenvolvimento de estratégias e materiais de comunicação e testes de VIH (onde apropriado).

#### *Recomendação No. 13*

##### **Necessidades de Pesquisa**

Deve ser realizado um maior número de pesquisas sobre vários elementos de escolha consciente, incluindo disponibilidade de métodos, encaminhamento, orientação, educação pública e na clínica e treinamento. A pesquisa operacional pode ser útil para avaliar as maneiras mais eficazes de promover a escolha consciente.

#### *Recomendação No. 14*

##### **Requerimentos de Consentimento Informado**

Enquanto clientes devem fazer decisões conscientes em relação a qualquer anticoncepcional, o consentimento informado por escrito somente deve ser requerido para esterilização voluntária, sendo que o objetivo tem a intenção de ser permanente (e efetivamente este é o caso).

*Recomendação No. 15*

**O papel das Agências Cooperativas**

As agências cooperativas devem revisar suas políticas e procedimentos em relação à escolha consciente, fornecer treinamento adequado de pessoal e adotar procedimentos de monitorização e avaliação apropriados. As agências cooperativas que preparam diretrizes internacionais devem procurar informação de provedores de serviços de países em desenvolvimento.

*Recomendação No. 16*

**Apoio da AID (Agência dos  
Estados Unidos para o  
Desenvolvimento Internacional)  
para as Agências Cooperativas**

A AID deve fornecer as agências cooperativas informação atual, correta relacionada à escolha consciente, especialmente em áreas chave, tais como segurança e eficácia anticoncepcional e prevenção de AIDS.

O Grupo de Trabalho concluiu que um grande progresso havia sido alcançado na promoção de escolha consciente e que iniciativas futuras podem depender da correção de presunções errôneas sobre escolha consciente. De fato, atividades estereotípicas associadas com escolha consciente — palestras pouco interessantes, formulários complicados e diretrizes rígidas — podem ter pouco a ver com a ajuda a clientes para fazer escolhas, compreender e lembrar informação relevante, e se sentirem à vontade para procurar informação adicional sobre serviços, conforme necessário.

Profissionais de planejamento familiar e atenção à saúde precisam compreender que a implementação de programas para promover a escolha consciente facilitará seu trabalho, em vez de complicá-lo. Usuários/as satisfeitos/as são não somente a chave para altas taxas de continuidade, mas também os promotores mais eficazes de planejamento familiar.