



Adaptaciones Culturales y Lingüísticas en TeleSalud

TeleSalud es definida por la Administración de Recursos y Servicios de Salud (HRSA) del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EEUU como el "uso de información electrónica y tecnologías de telecomunicaciones para apoyar y promover la atención clínica de salud a larga distancia, la educación pública y profesional relacionada con la salud y administración de salud."ⁱ Como plataforma de conexión, la TeleSalud permite que diversos profesionales puedan brindar servicios de salud y de salud mental cuando no es posible la interacción cara a cara. Este método de prestación de servicios viene con oportunidades, consideraciones y desafíos únicos, especialmente cuando se involucran a comunidades culturalmente diversas en las que las variables socioeconómicas como: el acceso a la tecnología, el dominio limitado del inglés, las diferentes necesidades de comunicación, la alfabetización o los niveles de conocimiento sobre salud, las creencias culturales, el nivel de comodidad con la tecnología y otras, pueden ser cruciales para impedir la prestación de una atención adecuada y respetuosa.

Para garantizar que los servicios prestados en TeleSalud estén considerando comunidades culturalmente diversas, proveedores deben adaptar sus prácticas. Los estándares nacionales de **Servicios Cultural y Lingüísticamente Apropriados** (CLAS, por sus siglas en inglés) ofrecen una guía para avanzar en la equidad de salud, mejorar la calidad y eliminar las disparidades en la atención médica.ⁱⁱ Estas 15 normas se centran en la importancia de una atención culturalmente competente, incluyendo los servicios de asistencia en lenguajes (interpretación y traducción en otros idiomas), así como aspectos relacionados con la gobernanza y administración de la agencia. Estos estándares sirven como una guía para adiciones y ajustes a mejores prácticas al utilizar TeleSalud pues con respecto a la atención del cliente, independientemente de la plataforma utilizada (consultas in situ, correo electrónico, mensajes de texto, teléfono, videoconferencia, aplicaciones, videos instructivos), se espera que profesionales se comuniquen de una forma clara y segura.ⁱⁱⁱ

Consideraciones para Adapter Cultural y Lingüísticamente los Servicios de TeleSalud^{iv v}

- **Fuerza Laboral:** Tenga en cuenta que el desarrollo de prácticas que respondan cultural y lingüísticamente requiere un proceso de aprendizaje continuo y es fundamental para proporcionar una atención accesible, respetuosa y efectiva. Esta práctica receptiva comienza con la primera interacción entre clientes y plataforma de TeleSalud (sitio web, llamada telefónica, aplicaciones en el teléfono móvil). El primer contacto entre las dos partes (la grabación al llamar por teléfono, las instrucciones y opciones que usted proporciona y los formularios para completar), las entrevistas y consultas (comunicación verbal y no verbal, creencias culturales) y los seguimientos (nivel de alfabetización en salud, nivel de comodidad para la tecnología y acceso a recursos) deben ser cultural y lingüísticamente apropiados e inclusivos. Asegúrese de reclutar, promover y apoyar una fuerza laboral diversa para los servicios de TeleSalud que responda cultural y lingüísticamente a las comunidades a las que sirve.
- **Atención Culturalmente Receptiva:** La humildad cultural es un valor fundamental. Practicar empatía, hacer preguntas, abrirse a diferentes perspectivas, escuchar activamente, ser paciente y tomarse su tiempo son excelentes estrategias para comenzar a practicarla. Reconozca que los factores culturales pueden influir en la comunicación y la comprensión entre quien provee el servicio y quien lo recibe. Tenga en cuenta sus propios prejuicios implícitos, que se refieren a aquellos actos "sobre la base de estereotipos sin tener la intención de hacerlo,"^{vi} y las formas en que estos pueden generar poco compromiso en usted hacia sus clientes. Comprenda que el uso de TeleSalud puede crear un desafío adicional en el desarrollo de la relación y la confianza entre proveedor/cliente. Reconocer y validar

sentimientos de incomodidad o insuficiencia al administrar la tecnología es importante, incluya y adapte herramientas valiosas como la Entrevista de Formulación Cultural (CFI por sus siglas en inglés),^{vii} para abordar las diferentes creencias culturales con respecto a enfermedades y salud mental. Desarrolle un plan de tratamiento y seguimiento con sus clientes para que puedan mantenerse conectados y respaldados pero que además integre sus redes de apoyo existentes.

- **Lenguaje Inclusivo y Respetuoso:** Informar al cliente sobre la disponibilidad de servicios de asistencia en su propio idioma, verbalmente y por escrito. Los servicios de asistencia lingüística también deberían estar disponibles para la mensajería de texto de teléfonos celulares debido a que esta es susceptible a generar malentendidos en la comunicación. Asegúrese de proporcionar información en el idioma preferido de sus clientes e integrar, en la medida de lo posible, la terminología utilizada en su cultura (por ejemplo, la palabra "nervios" o "curanderos" para las poblaciones hispanas/latinas). Recuerde usar un lenguaje centrado en la persona (ej.: "persona con discapacidad"); tenga en cuenta la diversidad de género con el uso de pronombres elegidos y diversas estructuras familiares, al usar términos como "miembro de la familia" en lugar de "mamá o papá" y "pareja" en lugar de esposa/esposo. Tenga en cuenta que, debido a la falta de señales visuales y verbales en esta plataforma, la comunicación no verbal es más difícil, consulte con sus clientes por cualquier molestia, malentendido o necesidad de aclaración.
- **Accesibilidad:** Presente otros medios de comunicación para las necesidades de accesibilidad de cualquier recurso o material que se proporcionará, como subtítulos y transcripciones en videos, servicios de lenguaje de señas durante las consultas, texto alternativo para fotos que brinde una descripción de una imagen dada visualmente para personas con limitada visión, etc.
- **Niveles de Conocimiento en Salud y Tecnología:** Investigue sobre el nivel de comodidad del cliente con la tecnología y sus niveles de conocimiento sobre salud. Proporcione un espacio para informar y educar al cliente sobre el uso de la plataforma (envíe correos electrónicos preparatorios, mensajes de texto, mensajes de voz, que no sólo incluyan el recordatorio de la cita, sino que también tengan claro qué tipo de tecnología e interacción utilizará, especialmente si hay una opción para usar videoconferencia o una llamada telefónica). Asegúrese de que sus clientes tengan acceso a la modalidad y continúe monitoreando su nivel de comodidad durante el tratamiento y las sesiones de seguimiento. Use un lenguaje fácil de entender mientras se comunica, evitando utilizar siglas o jerga profesional. Brinde información sobre el tratamiento en diferentes modalidades (de forma escrita y oral). Asegúrese de preguntar si la persona comprende el tratamiento o si necesita más aclaraciones (pídales que le repitan cuál es el tratamiento para asegurarse de que la información esté clara). Hágalos saber que usted está allí para ayudar y que responderá a las preguntas que tengan.
- **Áreas Rurales:** TeleSalud es un gran recurso para áreas rurales, donde clientes pueden recibir servicios de salud con más especialistas disponibles sin tener que desplazarse. Sin embargo, es importante asegurarse de que clientes tengan acceso confiable a la modalidad en línea, ya que muchas comunidades rurales actualmente no tienen acceso a velocidades de conexión a Internet que respalden la transmisión efectiva y eficiente de datos para proporcionar servicios de TeleSalud.^{viii} Considere el acceso a internet/wifi, la calidad de la conexión, los dispositivos que están utilizando que podrían tener o no disponibilidad para video u otras aplicaciones. Adaptarse a estos desafíos y ofrecer otras opciones, como llamadas telefónicas, mensajes de voz o mensajes de texto. La información que se entrega al cliente debe ajustarse su propio acceso a la tecnología.
- **Apoyo Comunitario/Familiar:** Reconocer la importancia de incluir las voces de familias y jóvenes de la comunidad en la agencia para lograr servicios que tengan una perspectiva de dirección familiar y juvenil. Considere familiarizarse con la comunidad a la que sirve y el efecto de la TeleSalud en el entorno comunitario y en el de sus clientes. Cree contenido en línea que sea cultural y lingüísticamente adaptado, que pueda ser compartido, abordando el papel de la familia y la juventud en la comunidad.

- **Recolección de Datos:** La información relacionada con la salud de clientes individuales también debe incluir raza, origen étnico, identidad de género (pronombres), accesibilidad, lenguaje hablado/escrito. Use lenguaje inclusivo y comprensible en los formularios. Los datos deben registrarse regularmente en el registro médico de un cliente como parte de la recopilación de datos de salud móviles y actualizarse regularmente en el sistema de registros médicos de la organización. De esta manera, los mensajes de salud automatizados pueden dirigirse al grupo apropiado de clientes de acuerdo con sus preferencias lingüísticas y culturales. Una vez que se establezcan estas consideraciones, busque retroalimentación sobre las adaptaciones culturales y lingüísticas en los servicios y explore formas de mejorar la experiencia de sus clientes.
- **Confidencialidad:** Evalúe el nivel de comprensión y sentimientos del cliente hacia la confidencialidad, así como las implicaciones de la TeleSalud sobre esta. Para clientes que han pasado por situaciones de trauma y/o migración, compartir información en línea puede ser incómodo. Asegúrese de compartir por qué solicita información demográfica y cómo se utilizará esta información; comuníquese con claridad y transparencia para ayudar a generar confianza. Tenga en cuenta su entorno y el de sus clientes mientras presta servicios, asegúrese de proporcionar información sobre la importancia de la privacidad y haga sugerencias para garantizar su comodidad en su propio espacio. Preguntas como: “¿Se siente cómodo(a) hablando donde está? ¿Tiene un lugar al que pueda ir por privacidad? ¿Quiere que le llame en un momento diferente cuando pueda estar solo(a)?” son algunos ejemplos.

Conclusión

Es importante tener en cuenta que tener una capacidad de respuesta cultural y lingüística es un constante aprendizaje. Implica una actitud de respeto y humilde curiosidad que responde a las necesidades de clientes que buscan información y/o servicios. No importa la plataforma de distancia que esté utilizando para brindar servicios, profesionales de la salud del comportamiento, proveedores de servicios de salud y especialistas no pueden comprometer la capacidad de respuesta cultural y lingüística como un valor central, ya que mejora la calidad de la atención, minimiza las disparidades de salud y brinda un servicio eficaz, promoviendo un enfoque respetuoso, accesible y más humano para todas las personas.

Para obtener más información sobre la capacidad de respuesta cultural y lingüística, comuníquese con Ari Acosta, especialista en equidad en salud conductual, (ari.acosta@austin.utexas.edu).

Para cualquier otra información sobre el Centro de Transferencia de Tecnología de Salud Mental del Suroeste o para programar una capacitación o consulta, visite nuestro sitio web, <https://mhctcnetwork.org/centers/south-southwest-mhctc/home>, o contacte a Alycia Welch, Administradora del Programa (Alycia.Welch@austin.utexas.edu).

Referencias

ⁱ 2020 National Consortium of Telehealth Resource Centers. <https://www.telehealthresourcecenter.org/resource-documents/>

ⁱⁱ U.S. Department of Health and Human Services, Office of Minority Health. (2016). National Standards for Culturally and Linguistically Appropriate Services in Health and Health Care.

ⁱⁱⁱ Hilty, D. M., Evangelatos, G., Valasquez, G. A., Le, C., & Sosa, J. (2018). Telehealth for rural diverse populations: cultural and telebehavioral competencies and practical approaches for clinical services. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 3(3), 206-220.

^{iv} Shore, J H; Savin, D; Novins, D; Manson, S. (2006) Cultural aspects of telepsychiatry. *Journal of Telemedicine and Telecare*; 12: 116–121.

^v Victorson, D., Banas, J., Smith, J., Languido, L., Shen, E., Gutierrez, S., Cordero, E., & Flores, L. (2014). eSalud: designing and implementing culturally competent ehealth research with latino patient populations. *American journal of public health*, 104(12), 2259–2265.

^{vi} Sandford Encyclopedia of Philosophy. First published Thu Feb 26, 2015; substantive revision Wed Jul 31, 2019

<https://plato.stanford.edu/entries/implicit-bias/>

^{vii} Lewis-Fernández, R., In Aggarwal, N. K., In Hinton, L., In Hinton, D. E., In Kirmayer, L. J., & American Psychiatric Association, (2015). DSM-5 handbook on the cultural formulation interview.

^{viii} Rural Health Information Hub. “Telehealth Use in Rural Healthcare” Health Resources and Services Administration (HRSA) of the U.S. Department of Health and Human Services (HHS) <https://www.ruralhealthinfo.org/topics/telehealth#challenges>