

Princípios de qualidade no contexto dos Cuidados de Saúde em Linha

Sara Matias Fonseca (*), António Sousa Pereira
(*) Faculdade de Medicina, Universidade de Coimbra

Resumo - O presente artigo tem como objectivos contextualizar, por um lado, a temática dos Cuidados de Saúde em Linha, como potencial auxiliar no fornecimento de informação e aconselhamento de saúde e, por outro, difundir as principais iniciativas de certificação em curso.

Por último, e tendo por base o conhecimento adquirido a partir destas iniciativas, procede-se à selecção daqueles que são considerados os critérios-chave para as boas práticas nos Cuidados de Saúde em Linha.

Abstract - This paper's main objectives are to describe the environment surrounding Online Healthcare, as a potential means of providing health information and advice, and also to spread the major certification initiatives presently in course.

Finally, and using the knowledge acquired with those initiatives, we proceed to the selection of key-criteria in the field of Online Healthcare Information and Advice.

I. INTRODUÇÃO

Parece inquestionável, nos dias que correm, o poder que a Internet exerce sob inúmeras áreas, sendo a saúde uma das suas mais recentes apostas. De facto, como afirma Jeremy Sims, «*The volume of health information on the Internet is growing exponentially and statistics show that consumers are utilizing health sites in unprecedented numbers and with increasing frequency*»[1].

Se é certo que através da Internet o público tem acesso a uma quantidade imensa de informação e serviços, também é verdade que, nem sempre, estes são os mais fiáveis, uma vez que o fornecimento de conteúdos médicos já não se encontra, apenas, nas mãos dos profissionais de saúde. É exactamente neste ponto que reside o principal dilema da Internet: embora a sua natureza anárquica fomente o diálogo e debate aberto, sem censura, levanta sérias questões quanto à qualidade da informação e serviços disponibilizados (uma vez que não existe, ainda, qualquer tipo de regulamentação), colocando em causa, por conseguinte, a sua utilidade.

Para tentar ultrapassar este problema, diversas entidades e organizações propuseram um conjunto de princípios, códigos de conduta e certificações dos prestadores de serviços e informações de saúde via Internet. Iniciativas deste tipo surgiram nos Estados Unidos e também na Europa, estando a Comissão Europeia a apoiar acções que

tragam garantia e credibilidade aos conteúdos e serviços telemáticos disponibilizados.

No Conselho Europeu da Feira, realizado em Junho de 2000, foi aprovado um documento orientador, designado *eEurope 2002 – Uma Sociedade da Informação para Todos*. Este documento tem capital importância no que respeita às orientações sobre as políticas a desenvolver pelos estados membros, no âmbito da promoção e endogeneização das boas práticas da Sociedade da Informação. A área da Saúde está, também, contida no documento, sendo alvo de uma medida especial, denominada *Cuidados de Saúde em Linha*.

Em Portugal existe, actualmente, uma grande apetência para este tipo de serviços de informação e aconselhamento de saúde, com base na Internet, sendo exemplo disso diversos portais de saúde em funcionamento. Estes novos serviços são prestados por entidades públicas e privadas, mas nem sempre de acordo com as normas de boas práticas e critérios de qualidade emergentes.

É, pois, neste sentido que se enquadra o presente artigo, que descreve, na sua secção II o ambiente que rodeia os Cuidados de Saúde em Linha, na secção III, as principais iniciativas de certificação levadas a cabo por variadas organizações e entidades, na secção IV, os critérios-chave que deverão reger a boa prática dos Cuidados de Saúde em Linha e, para finalizar, na secção V, as Conclusões.

II. CONTEXTUALIZAÇÃO DOS CUIDADOS DE SAÚDE EM LINHA

Embora à primeira vista pareça relativamente fácil definir *Cuidados de Saúde em Linha*, a verdade é que não é suficiente afirmar que se trata da utilização da Internet e suas tecnologias na medicina e/ou saúde. De facto, o seu âmbito apresenta-se bastante mais alargado, o que, possivelmente, estará na base da grande proliferação de debates, artigos e reuniões acerca do mesmo.

Assim, é frequente encontrar na literatura uma vasta gama de definições, todas elas oriundas do inglês, que vão desde saúde electrónica, a informática médica, telemedicina, informática de saúde pública, telesaúde, ou comunicação interactiva de saúde.

Convém, contudo, salientar que embora alguns termos apresentem pontos em comum, tratam-se de áreas distintas, que, frequentemente, são colocadas em “pé de igualdade”, gerando, por conseguinte, alguma confusão.

É, pois, neste contexto de tão grande e acelerada inovação tecnológica, que se torna essencial clarificar, com exactidão, o conceito de Cuidados de Saúde em Linha e qual a sua utilidade.

Neste sentido, os Cuidados de Saúde em Linha podem ser definidos como uma nova especialidade académica, na fronteira entre a informática médica e a saúde pública, estudando as aplicações da Internet e das tecnologias de informação e comunicação à medicina e à saúde pública. O seu objectivo é semelhante ao que preside aos cuidados de saúde tradicionais, ou seja, «(...) *prevenir, diagnosticar ou tratar enfermidades e manter e promover a saúde das populações*»[2], mas fazendo uso de diferentes meios. Pretende, recorrendo a *sites* de Internet, explorar as oportunidades que estes podem ter na educação de saúde, no apoio ao paciente, na pesquisa médica permanente, bem como no próprio aconselhamento médico.

Mas para ter uma visão mais clara do que se afirmou, será oportuno atentar na figura 1, onde se apresenta o âmbito dos Cuidados de Saúde em Linha, em contraposição às restantes áreas ou sectores da especialidade médica.

Como se pode verificar, os Cuidados de Saúde em Linha encontram-se na fronteira entre diversas áreas médicas, tais como a medicina preventiva, a educação médica, a saúde pública, a medicina social, a epidemiologia, a medicina clínica, a terapia e o diagnóstico, abrangendo não apenas medidas de prevenção da ocorrência da doença – prevenção primária – (através, por exemplo, de *sites* de cariz educativo, criados por profissionais ou consumidores) e redução das suas consequências – prevenção terciária – (recorrendo, por exemplo, à troca de informação entre pacientes que padecem da mesma doença, através de newsgroups, e-mail, mailing lists, foruns), como também contemplando os aspectos de diagnóstico e tratamento – utilização da Internet como um meio para aplicações telemáticas (recorrendo ao correio electrónico), entrando-se, aqui no campo da Telemedicina de Internet (encarada como «*The delivery of health care and the exchange of health care information across distances (...) using Internet and Internet technologies.*»

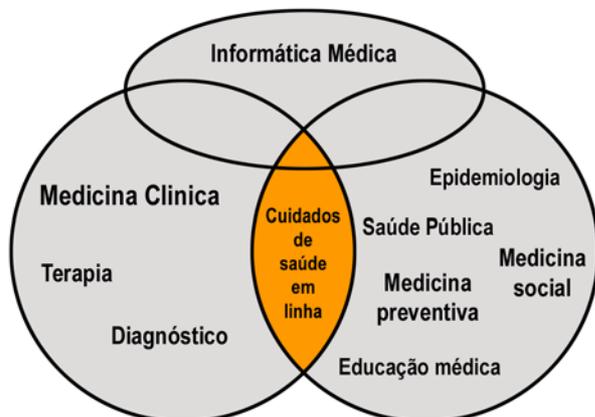


Fig. 1 - Âmbito dos Cuidados de Saúde em Linha (CLS)
(Adaptado de EYSENBACH, G., SA, E., DIEPGEN, T.[3])

[4]).

O campo dos Cuidados de Saúde em Linha poderá ser mais facilmente compreendido, recorrendo ao Modelo dos “4 C’s”[5], que apresenta as suas principais funções e capacidades:

CONTEÚDO (informação em linha)

- Apresentação da informação

Fornecimento de informação de saúde individual ou geral.

- Assistência na procura da informação

Auxílio na localização de conteúdos em linha e outros recursos, através de ferramentas de busca, ou sistemas inteligentes de pesquisa.

- Mudança dos comportamentos de saúde (educação de saúde)

Promoção da adopção e manutenção de comportamentos positivos de saúde (ao nível individual ou da comunidade), através de aplicações que fornecem informação acerca dos riscos, benefícios e desvantagens de determinados comportamentos de saúde.

- Tomada de decisão informada

Facilidade acrescida do indivíduo (consumidor, paciente, fornecedor de cuidados, membros de família) em tomar decisões respeitantes à prevenção, diagnóstico ou gestão de uma condição específica de saúde, ou a selecção de um fornecedor de serviço.

- Aprendizagem à distância

Facilidade no processo de aprendizagem e treino de profissionais e estudantes, localizados em diferentes pontos do globo.

CUIDADOS (tratamento de saúde via Internet)

- Processo de saúde electrónico

Apoio ao armazenamento e acesso à informação médica pessoal e de saúde, em formato electrónico.

- Partilha de decisão clínica

Assistência a médicos e pacientes para avaliarem e decidirem o tratamento a seguir, mediante as evidências da medicina e o panorama envolvente.

- Telemedicina

Ferramenta para a prestação de cuidados.

COMUNIDADE (grupos de apoio em linha e redes de comunicação)

- Troca de informação, apoio emocional e construção de “comunidades virtuais”.

Permite aos indivíduos com determinadas condições de saúde, necessidades, ou perspectivas, comunicarem e partilharem informação com outros pacientes com o mesmo problema. Para este fim foram criados grupos de

apoio em linha e comunidades virtuais para uma grande diversidade de condições de saúde.

COMÉRCIO (aquisição de bens e serviços de saúde em linha)

- Comércio electrónico de saúde

Permite a aquisição em linha de produtos e serviços relacionados com saúde, incluindo fármacos, produtos de uso pessoal, seguros de saúde, livros, entre outros.

III. PRINCIPAIS INICIATIVAS DE CERTIFICAÇÃO EM CURSO

A informação sobre saúde na Internet parece, de facto, crescer a um ritmo veloz. A prová-lo estão, por exemplo, os recentes resultados divulgados pela Cyberdialogue, onde se compara o número de sites indexados pelo Yahoo! em Abril de 2001 e 2002, apresentados nas figuras 2 e 3.

Neste sentido, parece, pois, imprescindível que todos aqueles que utilizam a Internet para assuntos relacionados com saúde o possam fazer num ambiente pautado por relações de confiança, que assegurem, por um lado, informação e serviços de qualidade e, por outro, a

protecção da privacidade e um maior valor acrescentado para consumidores e fornecedores de conteúdos, produtos e serviços relacionados com saúde. Partindo do pressuposto que a informação sobre saúde pode ser altamente benéfica ou prejudicial (consoante o seu uso e interpretação) é imprescindível que os utilizadores da Internet para estas temáticas tenham conhecimento que a informação veiculada é credível.

Para tal, diversas entidades e organizações propuseram princípios que, de algum modo regulassem a actividade de saúde na Internet («*health information resources available on the Internet has great potential to improve health, but it is increasingly difficult to discern which resources are accurate or appropriate for users. Because of the potential for harm from misleading and inaccurate health information, many organizations and individuals have published or implemented criteria for evaluating the appropriateness or quality of these resources*»[6]), que são apresentadas na figura 4.

Segue-se uma pequena descrição de cada uma das referidas iniciativas, para que, deste modo, se fique a conhecer o seu estado actual.

eHealth Code of Ethics

(<http://www.ihealthcoalition.org/ethics/ethics.html>)

Objectivo

O Código estabelece princípios éticos, cujo objectivo reside em conduzir os criadores, patrocinadores e gestores de sites, *webmasters*, clínicos, leigos, académicos e consumidores de informação, serviços e produtos de saúde, para um maior esclarecimento e uma adequada selecção dos conteúdos relacionados com saúde na Internet.

Hi-Ethics

(<http://www.hiethics.com/Principles/index.asp>)

Objectivo

Hi-Ethics Inc é um consórcio não lucrativo de cerca de 15 empresas Norte Americanas relacionadas com saúde na Web. A presente iniciativa tem como principais objectivos assegurar que os serviços da Internet se regem por elevados padrões éticos e de qualidade e que a informação veiculada é fiável e actualizada.

HON Code of Conduct

(<http://www.hon.ch/HONcode/Conduct.html>)

Objectivo

A Fundação HON é uma organização não lucrativa, criada em 1995, sendo, provavelmente, a primeira

Conditions/Disease	Number of sites
Cancer	1747
AIDS	1656
Pain	790
Smoking	693
Weight loss	470
Pregnancy	441
Diabetes	329
Breast Cancer	316
Heart disease	277
Breastfeed	195
Arthritis	197
Viagra	144

Fig. 2 - Sites de língua inglesa indexados pelo YAHOO!, em Abril de 2001

<http://www.cyberdialogue.com>

Conditions/Disease	Number of sites
Cancer	1982
AIDS	2091
Pain	954
Smoking	800
Weight loss	1028
Pregnancy	620
Diabetes	381
Breast Cancer	359
Heart disease	323
Breastfeed	220
Arthritis	264
Viagra	440

Fig. 3 - Sites de língua inglesa indexados pelo YAHOO!, em Abril de 2002

<http://www.cyberdialogue.com>

Códigos de Conduta	Entidades Certificadoras	Ferramentas de "Certificação"
eHealth Code of Ethics	URAC	DISCERN
Hi-Ethics	MedCERTAIN	IQ Tool
HON Code of Conduct	TNO QMIC	
EC quality criteria	OMNI	
AMA		
BHIA		
IFPMA		

Fig. 4 - Sumário das diferentes iniciativas de certificação

iniciativa de qualidade no sector da saúde na Internet. O seu objectivo principal reside em conduzir os consumidores e profissionais médicos até a informação médica e de saúde de qualidade.

European Comission: Quality criteria for health related Websites

(http://europa.eu.int/information_society/eeurope/ehealth/quality/draft_guidelines/index_en.htm)

Objectivo

O grande objectivo da Comissão Europeia ao delinear estes critérios de qualidade para sites relacionados com saúde, residiu na necessidade de produzir directivas que, de algum modo, auxiliem os Estados Membros na sua batalha contra a má informação de saúde que prolifera na Internet.

Guidelines for Medical and Health Information Sites on the Internet: Principles Governing AMA Web Sites

(<http://jama.ama-assn.org>)

Objectivo

Assegurar a qualidade dos sites da American Medical Association, bem como todas as suas publicações em linha e, paralelamente, fornecer algumas directivas para todos os utilizadores e fornecedores de material medico e/ou de saúde.

Quality Standards for Medical Publishing on the Web

(<http://www.bhia.org>)

Objectivo

Trata-se de uma organização não lucrativa, cuja missão consiste em melhorar os cuidados de saúde e a qualidade da informação médica, mediante a aplicação das tecnologias da Internet.

The International Federation of Pharmaceutical Manufacturers Associations (IFPMA) Code of Publishing on the Web

(<http://www.ifpma.org>)

Objectivo

O Código de Marketing da IFPMA estabelece os princípios éticos do marketing de produtos médicos.

URAC Health Site Accreditation Programme

(<http://www.urac.org>)

Objectivo

URAC é uma organização não lucrativa, que criou em 2001 este programa de certificação, com o objectivo de fornecer uma ferramenta que identifique sites com elevados padrões de qualidade e fiabilidade.

MedCERTAIN

(<http://www.hi-europe.info/files/2000/medcertain.htm>)

Objectivo

O grande objectivo deste sistema reside em filtrar e “etiquetar” conteúdos de saúde veiculados pela Internet. O seu *modus operandi* consiste em, mediante a cooperação de indivíduos e organizações que normalmente se

encarregam de avaliar, acreditar ou recomendar informação de saúde em linha aos consumidores, aplicar esta tecnologia de filtragem no seu processo de selecção.

TNO Quality Medical Information and Communication (QMIC)

(<http://www.health.tno.nl>)

Objectivo

O principal objectivo do sistema Holandês TNO QMIC consiste em fornecer aos consumidores informação, comunicação e transacções avaliadas como sendo fiáveis pelo Portal nacional (Gezondzoeken.nl). O sistema teve a sua inspiração nas normas ISO 9000:2000 para a gestão da qualidade de sistemas e pretende ser uma ferramenta de referência para os fornecedores de conteúdos relacionados com saúde na Internet.

OMNI (Organizing Medical Networked Information)

(<http://biome.ac.uk/about/background.html>)

Objectivo

Sendo parte integrante do Portal BIOME, os princípios propostos pela OMNI têm como objectivo fornecer o acesso a recursos avaliados e de qualidade no campo das ciências médicas e da vida, sendo o seu principal grupo-alvo os estudantes, investigadores, académicos e médicos.

DISCERN

(<http://www.discern.org.uk/background.htm>)

Objectivo

Este instrumento encontra-se especialmente direccionado para os indivíduos que procuram informação acerca de tratamentos alternativos para determinadas doenças. Permite que os utilizadores de *sites* de Internet possam obter informação de qualidade sobre diversos tratamentos adequados ao seu estado físico, mediante um questionário.

IQ Tool: The Health Summit Working Group (HSWG) Criteria for Assessing the Quality of Health Information on the Internet

(<http://hitiweb.mitstek.org/iq/default.asp>)

Objectivo

A IQ Tool é uma das primeiras ferramentas de avaliação da qualidade de *sites* de saúde, mediante o recurso a escalas avaliativas. Trata-se de uma série de critérios desenvolvidos por um painel de peritos na matéria, cada qual com um peso relativo, a que cada utilizador do *site* tem de responder, sendo a soma desses critérios o indicador da qualidade do referido *site*.

Todas estas iniciativas apresentam um ponto em comum, que reside no desejo de contribuírem para a identificação e disseminação das melhores práticas na saúde em linha, facto que tem sido altamente apoiado pela Comissão Europeia, que colocou a si mesma o desafio de tornar a informação sobre saúde acessível a todos, com padrões de qualidade assegurados.

Pelo que se pode depreender do exposto (isto é, o esforço que se tem levado a cabo no sentido de tornar

fidedigna a informação em saúde na Internet), esta é uma área delicada, onde se requerem cuidados redobrados, na medida em que um pequeno deslize no conteúdo ou avaliação, poderá acarretar consequências desastrosas.

IV. CRITÉRIOS DE QUALIDADE NOS CUIDADOS DE SAÚDE EM LINHA

Porque, de facto, a proliferação de *sites* para assuntos relacionados com saúde é uma constante (como o indica o número de iniciativas de certificação que existem), o Conselho Europeu da Feira aprovou, como já se referiu anteriormente, o documento orientador *eEurope 2002 – Uma Sociedade da Informação para Todos*, onde o tema Cuidados de Saúde em Linha é abordado em pormenor, referenciando-se a importância cabal da exploração das novas tecnologias aplicadas à saúde (com todos os benefícios que acarreta para o cidadão, encarado como consumidor de serviços e informação de saúde).

Assumiu-se que o primeiro passo a dar para o sucesso desta iniciativa seria a construção de uma infra-estrutura que fornecesse sistemas amigáveis e validados no campo dos cuidados de saúde, prevenção da doença e educação em saúde, através de redes nacionais e regionais que ligassem em linha os cidadãos, os médicos e as autoridades.

As acções necessárias para a elaboração desta infra-estrutura compreendem a identificação e disseminação das melhores práticas na saúde em linha, o desenvolvimento de um conjunto de critérios de qualidade para *sites* relacionados com saúde, o estabelecimento de um conjunto de redes de informação e a concepção de um documento oficial sobre os aspectos legais da saúde em linha.

Foi, pois, com estas ideias sempre presentes, e após a realização de uma cuidadosa revisão à bibliografia existente, que se procedeu à selecção daqueles que pareceram ser os princípios fundamentais a que os sites de saúde devem obedecer, e que serviram, posteriormente, de base para a construção da escala de avaliação dos *sites*:

1. CREDIBILIDADE

1. CREDIBILIDADE	2. CONTEÚDO
Fonte	Clareza dos conteúdos
Actualização	Objectivo/Missão do site
Modo de pagamento	Política editorial
Selo de certificação	Fontes de informação
	Mecanismos de feedback
3. PUBLICIDADE	4. PRIVACIDADE E CONFIDENCIALIDADE DE DADOS PESSOAIS
Política publicitária	Autorização
Patrocinadores	Confidencialidade de dados pessoais
	Finalidade da recolha de dados
	Informação
	Cookies
5. NAVEGAÇÃO E DESIGN	6. ASPECTOS ÉTICOS E DEONTOLÓGICOS
Navegação	Segunda opinião
Layout	Transparência
Links externos	Áreas restritas

Fig. 5 - Sumário dos Critérios

Todos aqueles que utilizam a Internet para assuntos relacionados com saúde deverão ser capazes de julgar por si mesmos se os *sites* que visitam e os serviços que usam são credíveis e fiáveis. É por essa razão que é essencial que seja transparente e pública toda a informação que possa interferir na compreensão das mensagens veiculadas, ou no consumo dos serviços e produtos oferecidos pelos *sites* com conteúdo de saúde e medicina.

Assim, será crucial que, neste ponto, sejam cumpridos alguns requisitos por parte dos responsáveis pelos *sites*, para que os utilizadores/utentes possam, em bom juízo, e de posse das necessárias informações, ponderar quais os *sites* que devem, ou não, consultar. Neste contexto, e para que a tarefa fique um pouco mais facilitada, resolveu-se proceder à elaboração de sub-itens (no contexto do item Credibilidade), como se pode verificar de seguida:

Fonte

Considerado um aspecto essencial de qualquer *site*, a indicação da Fonte confere confiança aos utilizadores da Internet, na medida em que passam a ter conhecimento de quem gere o *site*, bem com de quem fornece a informação que é disponibilizada. Assim, será crucial que contemple aspectos como:

- indicação dos responsáveis pelo *site*;
- identificação dos médicos que prestam aconselhamento;
- credenciais dos médicos.

Actualização

Outro ponto que também deverá ser contemplado, e que tantas vezes parece esquecido, prende-se com a actualização temporal do *site* e dos artigos que lhe estão confinados, de forma a que os utilizadores saibam, com exactidão, se a informação disponibilizada é recente, ou não. Deste modo, será benéfico a apresentação de:

- data da última actualização do *site*;
- data da última actualização dos artigos.

Modo de pagamento

Um outro aspecto fulcral, e fonte de preocupação para grande parte dos utilizadores da Internet para assuntos relacionados com saúde, reside na forma de pagamento de produtos e serviços que o *site* disponibiliza. Será, pois, importantíssimo que os consumidores deste tipo de serviços estejam alertados para questões que se prendem com:

- segurança no protocolo utilizado no pagamento;
- credibilidade no modo de pagamento.

Selo de certificação

Embora não se possa afirmar que existe, de facto, uma entidade certificadora de sites relacionados com saúde, a verdade é que os diversos esforços de regulação que se mencionou mais acima apaziguam, de algum modo, os receios dos utilizadores deste tipo de *sites*. Neste sentido, será importante ter em conta:

- existência, ou não, de um “selo de qualidade”.

2. CONTEÚDO

É imprescindível que a informação apresentada na Internet seja exacta, actualizada, de fácil compreensão, em linguagem objectiva e cientificamente fundamentada. São, pois, estes os aspectos fundamentais que integram o ponto Conteúdo e que podem ser desmembrados em:

Clareza dos conteúdos

A forma como a informação é apresentada ao longo de todo o *site* reveste-se de extrema importância e deverá ser considerada um factor essencial, aquando da utilização de *sites* relacionados com saúde. Porque estão em jogo aspectos tão sérios como saúde, doença, prevenção, vida e morte, será, pois, necessário que toda a informação veiculada seja devidamente ponderada, tornando-se imperativo que os *sites* tenham em consideração:

- objectividade e clareza dos conteúdos veiculados.

Objectivo/missão do *site*

Também o objectivo ou a missão do *site* deverá ser explicitamente indicada, para que, deste modo, o utilizador possa ter consciência do tipo de informação a que está a aceder e, nesse sentido, ponderar as suas decisões de saúde:

- indicação do objectivo ou missão do *site*.

Política editorial

No que respeita ao tipo de política editorial a que o *site* obedece, bem como à indicação dos responsáveis pela informação veiculada, é aconselhável a sua explicitação clara, pelo que será necessário:

- apresentação da política editorial do *site*;
- existência, ou não, de comité editorial.

Fontes de informação

Um ponto que se reveste de suma importância nesta temática, está relacionado com a indicação das fontes que estiveram na base das afirmações que o *site* disponibiliza. Só deste modo o *site* poderá conferir segurança aos utilizadores, na medida em que poderão, sempre, confirmar a origem do que é publicado:

- referência às fontes que estiveram na base das informações.

Mecanismos de feedback

Embora, numa primeira impressão, esta alínea possa parecer até dispensável, a verdade é que a existência de mecanismos de feedback ou retorno poderão ser altamente benéficos, tanto para os utilizadores, como para os gestores do *site*, pois permite que haja uma interacção constante entre os intervenientes, o que conduzirá a uma melhoria da qualidade do próprio *site*. Assim, um ponto a que os utilizadores de *sites* de saúde deverão estar atentos será:

- existência, ou não, de meios de emissão de opiniões/*feedback*.

3. PUBLICIDADE

A honestidade e transparência na política de publicidade adoptada por cada *site* é, sem dúvida alguma, fonte de segurança e contributo para uma maior fiabilidade por parte dos utilizadores. Estando conscientes das inúmeras dificuldades financeiras porque muitos *sites* passam, e tendo sempre presente que a sua maior fonte de rendimento é, de facto, a publicidade, torna-se necessário averiguar até que ponto é que estes são influenciados, na informação que veiculam, pela mesma.

Deste modo, é essencial que os sites empreendam uma série de medidas que visem informar os utentes sobre a política publicitária que adoptam, tais como:

Política publicitária

É imprescindível uma completa transparência no modo como a publicidade é encarada, sendo aconselhável:

- distinção entre informação médica e publicidade;
- independência de conteúdos face a publicidade e/ou patrocinadores (em momento algum a publicidade, ou os patrocínios, deverão influenciar o conteúdo editorial).

Patrocinadores

Parece inquestionável a imensa preocupação manifestada pelos utilizadores, no que respeita à influência que os patrocinadores exercem no conteúdo e independência editorial do *site*, como o demonstra a figura 6.

Assim, de acordo com a figura, os utilizadores manifestam um claro desagrado se os *sites* são patrocinados por seguradoras ou indústrias farmacêuticas e parecem sentir-se bastante mais confortáveis se tomam conhecimento de que não existe qualquer tipo de patrocínio (cerca de 67% mostrou uma opinião positiva no que concerne a este aspecto).

Mas porque na grande maioria dos casos é inevitável que existam patrocinadores, o que se deverá fazer será indicá-los expressamente, para que, deste modo, os utilizadores possam efectuar a sua avaliação do *site*, encontrando-se de posse de todos os dados. Neste sentido, é necessário:

- indicação dos patrocinadores do *site*, caso existam.

4. PRIVACIDADE E CONFIDENCIALIDADE DE DADOS PESSOAIS

Todo o utilizador da Internet para assuntos relacionados com saúde tem o direito à privacidade dos seus dados



Fig. 6 - Efeitos dos diferentes tipos de patrocínio na partilha da informação

<http://www.cyberdialogue.com>

peçoais e de saúde, uma vez que as conseqüências da divulgação deste tipo de conteúdos podem ser desastrosas.

E esta é, sem dúvida nenhuma, uma alínea que preocupa os consumidores deste tipo de informação, na medida em que fugas de dados poderão acarretar perigos vários. Mas para esclarecer um pouco mais a questão, dever-se-á atentar nas figuras 7 e 8, que indicam claramente as grandes problemáticas que os consumidores de saúde na Internet enfrentam.

Neste sentido, os *sites* deverão deixar bem claros quais os seus mecanismos de armazenamento e segurança de dados, recorrendo, para tal, a códigos, palavras-chave, encriptação e utilização de software adequado para as transacções que envolvam informação médica ou financeira.

Quaisquer dados pessoais só poderão ser solicitados, arquivados, usados e divulgados com o expresse

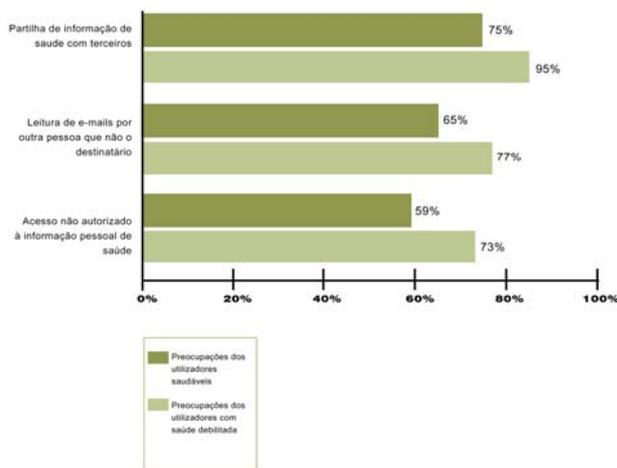


Fig. 7 - Preocupações dos utilizadores relativamente à confidencialidade dos dados pessoais

<http://www.cyberdialogue.com>

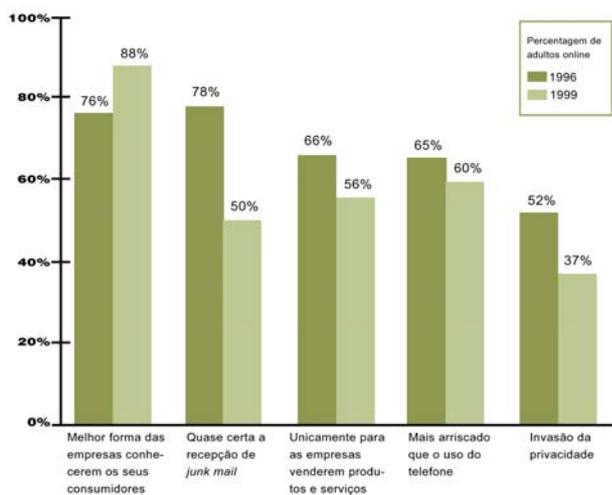


Fig. 8 - Opinião dos utilizadores sobre as consequências do fornecimento de dados pessoais

<http://www.cyberdialogue.com>

consentimento dos seus utilizadores, sabendo estes do fim a que se destinam, quem os colecta, quais os motivos da recolha e como será feita a utilização e partilha dos mesmos.

Por estas razões, é necessário que os sites sejam transparentes na forma como trabalham esta matéria, pelo que será essencial o cumprimento das seguintes alíneas:

Autorização

- requerimento de autorização para uso de dados pessoais.

Confidencialidade de dados pessoais

- compromisso em manter a confidencialidade dos dados pessoais.

Finalidade da recolha de dados

- indicação do propósito/fim a que se destina a recolha dos dados.

Informação

- compromisso em informar o utilizador, em caso de alterações na política de manejo de dados pessoais.

Cookies

No contexto da privacidade dos dados pessoais, será interessante abordar a questão dos *cookies*, que não são mais do que pequenos ficheiros criados pelo *browser* (por exemplo, Internet Explorer ou Netscape Navigator) no computador do visitante, a "pedido" do *web site* que se está a percorrer. Um *cookie* contém, normalmente, uma identificação do utilizador, pelo que quando este visita de novo o *web site* que gerou o *cookie*, o servidor reconhece-o.

É possível definir a maioria dos *browsers* de modo a ser notificado sobre a recepção de um *cookie* e, até, bloquear a respectiva entrada no seu sistema. No caso de se optar por apagar os *cookies*, ou bloquear-lhes a entrada, poderá ser necessário, por exemplo, voltar a introduzir a sua identificação de utilizador e a palavra-passe associada para aceder a determinadas partes do *web site*.

As tecnologias de identificação podem registar informações, tais como os nomes do domínio da Internet e do sistema anfitrião, endereços IP, tipos de software de navegação e de sistemas operativos, padrões de *clickstream*, entre outros.

Embora existam, de facto, mecanismos que permitem bloquear a entrada aos *cookies*, a verdade é que paira, ainda, muita confusão acerca da temática, bem como pouco à-vontade com a tecnologia.

Porque grande parte dos sites utilizam *cookies*, sem alertarem o utilizador que o estão a fazer, é imprescindível:

- advertência em caso de utilização de *cookies*.

5. NAVEGAÇÃO E DESIGN

Um aspecto que muitas vezes é colocado em segundo plano e que, contudo, se reveste de grande importância é a navegação e o design do *site*.

Partindo do pressuposto de que os *links* (ligações) são a base da navegação hipermedia, é necessário prestar uma cuidadosa atenção à sua estrutura e, acima de tudo, ao seu destino (ou seja, onde nos conduzem).

Deste modo, será pertinente enumerar alguns preceitos que os proprietários dos sites devem ter em consideração aquando da sua concepção:

Navegação

- rapidez do carregamento das páginas;
- facilidade de navegação;
- facilidade de orientação;
- existência de um mecanismo de apoio à navegação;
- operacionalidade dos *links*.

Layout

Embora não pareçam existir grandes problemas neste ponto, parece importante, talvez, referir que os criadores de *sites* se prendem, muitas vezes, com aspectos de design e relegam para segundo plano questões tão sérias como a estrutura da informação, ou, por outras palavras, a organização do *layout*. Parece uma alínea a considerar com algum cuidado, na medida em que poderá ter grande influência na compreensão de todo o *site*, por parte dos utilizadores (isto é, a forma como está ordenada a informação). É, pois, fulcral que exista:

- clareza na estrutura do *layout* ("moldura").

Links externos

Os *links* externos assumem, sempre, uma importância considerável, qualquer que seja a área de estudo, na medida em que colocam, muitas vezes, em "perigo" toda a qualidade do *site*. Deste modo, os Cuidados de Saúde em Linha não poderiam ser excepção, pelo que o cenário ideal seria aquele em que todos os *links* externos pudessem ser revistos cuidadosamente antes de serem accionados e, posteriormente, monitorizados. Contudo, como uma tarefa deste tipo seria, se não impossível, extenuante, o apropriado será:

- esclarecimentos sobre responsabilidade perante *links* externos;
- notificação do utilizador aquando da entrada em *links* externos.

6. ASPECTOS ÉTICOS E DEONTOLÓGICOS

Variadas têm sido as questões colocadas quando falamos em deontologia nos Cuidados de Saúde em Linha. Apresentando, de facto, inúmeras vantagens na prestação de cuidados de saúde, a Internet exhibe, também, uma face obscura, na medida em que nem sempre quem defende ser médico, o é na realidade.

Neste sentido, considerou-se pertinente abarcar algumas questões neste ponto, e que são enunciadas de seguida:

Segunda opinião

- indicação expressa da necessidade da consulta presencial.

Transparência

- indicação clara dos termos e condições da consulta médica, no caso do *site* a efectuar.

Áreas restritas

Por vezes, ao pesquisarem na Internet, os utilizadores deparam-se com algumas áreas pagas, de acesso restrito, quase mesmo no final da sua busca. Ora, se para alguns, tal facto não impede o prosseguimento da pesquisa, para outros poderá significar a paragem imediata. Neste sentido, torna-se imprescindível que o *site* apresente claramente, e sem qualquer tipo de subterfúgios, os conteúdos pagos:

- necessidade de clarificar áreas pagas, de acesso restrito.

Como se poderá verificar por tudo o que ficou acima explicitado, são diversos os aspectos a ter em consideração aquando da visita a um *site* de Internet, revestindo-se alguns de maior ou menor importância, mas todos eles formando um conjunto essencial.

Tratam-se de alguns requisitos que asseguram a qualidade dos sites de saúde, abarcando, somente, aspectos que se prendem com a estrutura, não cobrindo, portanto, aspectos de conteúdo informativo, cuja avaliação seria, certamente, difícil de executar por parte dos consumidores.

Pretende-se com estes critérios munir os utilizadores da Internet para assuntos de saúde das ferramentas necessárias para procederem a uma correcta avaliação dos sites que visitam. É de crer que somente tendo conhecimento destes aspectos, será possível encarar os *sites* de forma mais objectiva e aprender a discernir aquilo que é útil do que é acessório, ou, até mesmo, prejudicial.

V. CONCLUSÕES

No conturbado dia-a-dia dos tempos actuais, os Cuidados de Saúde em Linha parecem poder desempenhar um papel preponderante, devido à sua acção facilitadora da consulta de informação médica via Web. Contudo, embora este seja, de facto, um cenário ideal, são necessárias algumas cautelas, já que, como afirma JADAD, A., GAGLIARDI, A., «(...) *the increase in the availability of information could also result in many potentially harmful effects on both consumers and health professionals who do not use it appropriately*»[7].

É, pois, neste contexto que os critérios de qualidade actualmente em uso e emergentes desempenham um papel fulcral, uma vez que alertam os utilizadores para as questões consideradas importantes no âmbito da saúde em linha e, acima de tudo, relembram-lhes a necessidade, se não mesmo obrigatoriedade, de uma consulta presencial, como elemento imprescindível de um diagnóstico completo.

Acredita-se que somente através da informação e esclarecimento dos consumidores se poderá, efectivamente, retirar o maior proveito das vantagens efectivas que os Cuidados de Saúde em Linha propiciam. Consumidores mais atentos e informados efectuam escolhas de saúde mais ponderadas!

VI. REFERÊNCIAS

- [1] S. Jeremy, "Quality of consumer health information on the 'Net': recognising the dangers and seeking solutions", in *Health Information on the Internet*, The Royal Society of Medicine Press, London, nr 5, October 1998;
- [2] 49ª Assembleia Médica Mundial, Hamburgo, Alemanha, Novembro de 1997;
- [3] E. Gunther, S. Eun and D. Thomas, "Shopping around the internet today and tomorrow: towards the millennium of cybermedicine", in: *BMJ*, November 1999, 319:1294;
- [4] W. Richard, C. John, "Introduction to Telemedicine", London, The Royal Society of Medicine Press Ltd, 1999;
- [5] Adaptação efectuada pela Autora ao Modelo libertado em 2001 pela Fundação Robert Wood Johnson, no seu Relatório "The eHealth Landscape".
- [6] E. Thomas, M. Andrew, P. Kevin, D. Mary, R. Scott and G. David, "Access to Health Information and Support: a Public Highway or a Private Road?", in *JAMA*, October 1998, 280:1371-1375;
- [7] J. Alejandro and G. Anna, "Rating health information on the Internet: navigating to knowledge or to Babel?", in: *JAMA*; 25 de February 1998, vol.279, nr 8.