

# *A Otorrinolaringologia Pediátrica e a Internet*

*Ricardo Godinho e Tania Sih*

## **Introdução**

Um dos principais itens que tem transformado nossa sociedade nesta mudança de século é o surgimento de um poderoso meio de comunicação: a Internet. Este novo meio de comunicação está influenciando os padrões e a qualidade da assistência médica, além da natureza do relacionamento médico-paciente.

Na Otorrinolaringologia Pediátrica, a capacidade de se comunicar ocupa um papel central. Uma comunicação bem sucedida promove o entendimento do diagnóstico do paciente e aumenta a aderência ao tratamento clínico ou cirúrgico. A Internet certamente será um dos principais promotores da comunicação entre os médicos e seus pacientes neste novo século.

Os maiores obstáculos que os médicos encontram ao se relacionar com a Internet são a inércia e a tecnofobia. Mas, de uma maneira geral, as pessoas aprendem com mais facilidade usar a Internet do que operar os programas mais tradicionais, como os editores de texto usados para escrever cartas e relatórios médicos.

As crianças têm recebido estas mudanças com uma facilidade espantosa. Não ter medo de errar é a principal característica infantil que favorece este aprendizado e por isto elas aprendem tão rapidamente a trabalhar com a computação e usar a Internet. Em consequência, elas têm se tornado os porta-vozes desta nova era.

## **Histórico**

Em 1969, a ARPA (United States Department of Defense Advanced Research Projects Agency) patrocinou o desenvolvimento de uma rede confiável de computadores, com busca dinâmica de rotas alternativas (dynamic rerouting), para conectar o Departamento de Defesa e outros órgãos, incluindo algumas universidades. O mecanismo de dynamic rerouting permite a comunicação em uma rede de computadores mesmo que uma das vias desta não esteja em funcionamento. Este conceito é essencial para o entendimento dos princípios utilizados na comunicação via Internet. Basicamente, a Internet pode ser definida como uma rede internacional de computadores conectados a redes menores.

Em 1993, a World Wide Web (www ou Web) foi lançada e mudou dramaticamente a interface entre a Internet e seus usuários: a informação passou a ser apresentada graficamente, usando uma linguagem padrão, permitindo que a imagem, o som e a informação de vídeo seja acessada e apresentada graficamente, com o auxílio dos Web Browsers, sem a necessidade de conhecimento de comandos do computador.

O crescimento exponencial de usuários e novos modelos de negócios começaram a chamar a atenção de investidores. Houve muita especulação durante os primeiros anos da Internet, até que no final do ano de 2000, com a queda da NASDAQ, a Internet passou a ser administrada de uma maneira mais planejada e realística. Empresas tradicionais, associações profissionais e profissionais libe-

rais, mesmo de forma não tão ágil como as empresas totalmente virtuais, também começaram a ocupar seus espaços na Web.

No último ano do século XXI, uma das principais companhias responsáveis pelo desenvolvimento de tecnologias relacionadas à Internet e pela sua divulgação por todos os cantos do planeta (Quadro 1) tornou-se a mais conhecida e confiável nos Estados Unidos.<sup>1</sup>

#### Quadro 1- Marcas mais “conhecidas” nos USA

- |                        |
|------------------------|
| 1º.- Microsoft         |
| 2º.- Coca-Cola         |
| 3º.- Disney            |
| 4º.- Johnson & Johnson |
| 5º.- Harley-Davidson   |

A Internet não tem um único dono e o seu poder real está nas pessoas e nas informações que são conectadas por esta rede internacional de computadores. Além tornou possível a utilização de um novo espaço virtual. A ocupação do espaço no “mundo virtual” tem se tornado um “lugar comum” e a ausência de tal presença será considerada como uma notável omissão. Atualmente a empresa que não envolver a Internet em seus plano de negócio será prejudicada. Na Medicina, a Internet tem ocupado espaço mais vagarosamente quando se compara com as áreas mais tradicionais de negócios. Este fato pode ser explicado pelas questões éticas e jurídicas envolvidas, que são mais rigorosas que em outras áreas. Além disto, não se trata do principal serviço prestado pelo médico apesar de ser um importante diferencial para a sua prestação de serviços.

#### Internet no mundo

A Internet é uma tendência mundial. É considerada como uma revolução na comunicação humana somente comparável aos avanços produzidos por Gutenberg com a invenção da Imprensa e Marconi com a invenção do Rádio.

Existem aproximadamente 269 milhões de usuários da Internet na América do Norte, Europa e Ásia. Somente nos Estados Unidos, existem 158 milhões de internautas. Este número cresceu 33% no ano de 2000. Nesse mesmo país, existe 1 computador para cada 2 pessoas.<sup>2</sup>

Espera-se que até o final de 2003 existirão 43 milhões usuários na América Latina.<sup>2</sup> No Brasil, existem 9,8 milhões usuários que acessam a Internet, em média, 7h 30min/mês. Até o final de 2003 este número de usuários deverá triplicar.<sup>3</sup>

A Internet também tem se tornado uma importante consumidora de fundos destinados à publicidade. Calcula-se que foram gastos US\$16 bilhões em propagandas na Internet no ano de 2000.<sup>4</sup>

#### A Internet e a Medicina

*Hábitos dos Internautas relacionados à informação sobre medicina e saúde na Internet*

Os hábitos dos internautas demonstram a penetração da informação médica veiculada na Internet: cerca de 50% dos usuários da Internet procuram um site

médico pelo menos uma vez por mês e cada um dos dez Web sites relacionados à saúde mais visitados nos EUA recebe em média 1 milhão de primeiras visitas por mês.<sup>5</sup>

Um importante fato tem sido observado em decorrência do acesso fácil à informação médica disponível pela Internet: os pacientes estão conhecendo mais sobre a sua condição e, em consequência, têm discutido com seus médicos mais detalhes a respeito de seus problemas de saúde e de seu tratamento e de uma maneira mais efetiva têm participado do processo de decisão terapêutica.

### **Hábitos dos Médicos relacionados à Internet**

Atualmente, 55% dos médicos nos Estados Unidos usam a Internet todos os dias e 20% consideram-na essencial para a profissão.<sup>6</sup> Especialistas em tendências na Internet acreditam que, até 2010, os médicos usarão aproximadamente 30% do seu horário de trabalho acessando a Internet.<sup>7</sup>

Atualmente, 95% dos médicos nos Estados Unidos usam a Internet para adquirir informações sobre doenças, 88% para leitura de revistas médicas online e 86% para informação sobre drogas. Esta mesma pesquisa revela que 80% dos médicos têm o hábito de visitar os sites das associações médicas, demonstrando que estes sites representam um importante canal de comunicação entre os médicos e suas associações.<sup>6</sup>

### **Web sites Médicos**

Na curta história da Internet, podem-se identificar 3 gerações de Web sites médicos<sup>5</sup>. A 1ª geração refere-se a Web sites relacionados a doenças específicas, abordando informações e serviços a elas relacionados. Leigos ou associações de pacientes e familiares ou até mesmo pacientes curados ou em tratamento responsabilizam-se pela manutenção destes sites. Os Portais relacionados à saúde (grandes sites comerciais) caracterizam a 2ª geração. A 3ª geração constitui-se de Web sites de profissionais médicos (practice Web sites) ou de grupos de médicos que trabalham juntos. Caracteriza-se principalmente por relacionamentos mais individualizados.

### **Web sites das Instituições Médicas**

Os Web sites das Instituições Médicas atualmente são os principais canais de comunicação destas associações com os médicos e elas associados e também com o público leigo.

As principais informações fornecidas por estes Web sites relacionam-se a dados institucionais, defesa profissional, congressos, cursos, além de outras informações relacionadas.<sup>8,9</sup>

Vários serviços online podem ser prestados pelas associações médicas: atualização de cadastros, inscrições online para cursos e congressos e canais para esclarecimento de dúvidas e pedidos de pareceres ou consultorias. Links com outras sociedades também podem ser disponibilizados.

Informações relacionadas a publicações científicas (links with publications online) e a grupos de pesquisa (research links) são extremamente importantes.

Muitas associações médicas disponibilizam referências e endereços de seus associados.

Algumas associações médicas referendam, através de links, os practice Web sites dos médicos associados. Além disto os Web sites das associações médicas certamente servirão como modelo e motivação para o desenvolvimento dos Web sites de seus membros.

A Internet oferece uma interface ideal para o desenvolvimento e a utilização dos Cursos de Educação Médica Continuada (CEMC). A capacidade multimídia e o feedback automático são importantes diferenciais para os CEMC via Internet. A possibilidade de desenvolver o mesmo CEMC em vários formatos será extremamente útil para a maioria dos médicos.<sup>8</sup>

A orientação ao público leigo em relação à informação médica disponível na Internet é um importante serviço que deve ser prestado pelos Web sites das associações médicas. Esta orientação deve relacionar as limitações e esclarecer os potenciais riscos desta informação. A associação médica poderá ajudar o usuário a identificar a informação médica precisa e confiável disponível na Internet e ainda indicar as fontes mais adequadas de informações em otorrinolaringologia e os Web sites profissionais dos médicos associados.

Além disto estes Web sites podem promover o desenvolvimento de programas de educação via internet para o leigo<sup>10</sup>.

#### **Website da IAPO – [www.iapo.org.br](http://www.iapo.org.br)**

No Website da IAPO a informação que você precisa para cuidar melhor dos seus pacientes com problemas otorrinolaringológicos é elaborada por otorrinopediatras especialistas no assunto. Os otorrinopediatras convidados pela IAPO têm o compromisso de fornecer esta informação sempre atualizada e com um caráter prático. Além disto, você terá um canal de comunicação com estes especialistas, para discutir seus casos mais difíceis. O manual da IAPO também está disponível e você encontrará disponível pela Internet maiores detalhes sobre as doenças otorrinolaringológicas da infância. Além das informações científicas, você poderá conhecer melhor a otorrinopediatria no Brasil e no mundo: eventos promovidos pela IAPO e outras instituições, entrevistas com otorrinopediatras de renome internacional, lançamentos de livros e muito mais. Cursos de atualização em otorrinopediatria também estão disponíveis.

#### **Practice Web sites**

O crescimento do número de practice Web sites caracteriza a terceira geração de Web sites médicos. O grande número de portais médicos e a enorme quantidade de informação disponibilizada na Internet têm gerado confusão para os leigos. Além disto, observa-se também que os usuários geralmente estão interessados em informações específicas sobre seus problemas, de familiares ou de amigos. Nesta nova geração de Web sites, a familiaridade com o médico que fornece as informações tem sido um fator relevante. Os usuários desejam um site com a mesma filosofia do médico assistente e preferem sites indicados por seus médicos ou pelo hospital ou plano de saúde. Estas características tornam o practice Web site mais confiável.<sup>5</sup> Os usuários, que também podem ser pacientes, querem trocar experiências e receber apoio psicológico.

Portanto, procuram informação acompanhada de relacionamento. Estes dados

confirmam que a informação isoladamente não é um substituto para a experiência clínica ou o conhecimento médico.

Um interessante dado mostra que 30% daqueles que usam a Internet, interessados em assuntos relacionados à saúde, assumem que trocariam de médico caso fosse possível um melhor acesso online a este profissional. Nos Estados Unidos, 30% dos médicos possuem seu próprio Web site. Estes Web sites fornecem um link direto entre a informação e a ação, uma vez que disponibilizam o endereço e o telefone do consultório médico, clínica ou hospital e até o agendamento de consultas via Internet.<sup>5</sup>

Além da presença do médico neste novo mundo virtual, que por si só justificaria a construção de um Web site, existem outras vantagens que têm sido experimentadas por aqueles profissionais que utilizam a Internet como uma nova ferramenta de trabalho (Quadro 2)

#### Quadro 2-Vantagens do Web site Médico Individual

Diminuir tempo com telefonemas
Outro canal de Informação/Comunicação
Explicar procedimentos
Responder questões rotineiras
Disponibilizar Folhetos Informativos
Vantagens Administrativas
Diminuir tempo da secretária com telefonemas
Preenchimento de formulários e questionários
Marcar consultas
Marketing eficiente e de custo acessível
Custo acessível de manutenção

Existem 3 áreas de desenvolvimento de um Web site profissional: informativa, interativa e transacional. Não é necessário que todo site seja interativo mas, a ausência de um e-mail ou outro canal de comunicação online será considerada pelos internautas mais sofisticados como uma omissão.<sup>11</sup>

Na 3ª área, ocorre a transação comercial online, da mesma forma como ocorre com compras via Internet ou com transações de ações nas bolsas de valores. A implementação completa dos Web sites transacionais em medicina ainda não é uma realidade devido ao estágio precoce em que se encontra a legislação relacionada a telemedicina via Internet e as questões relacionadas à cobrança de honorários médicos. Existem alguns itens que são muito importantes na construção do practice Web site (Quadro 3).

**Quadro 3-Itens Importantes na Construção do Web site Médico**

• Nome fácil (=endereço fácil)
• Curriculum Vitae
• Descrição da Especialidade
• Foto
• Horário de funcionamento do consultório ou clínica
• Como entrar em contato com seu consultório
• Preços
• Informações médicas em linguagem acessível
• Preoperative and postoperative instructions
• Cuidados preventivos
• LINKS
• Newsletters, cartão de aniversário...
• Appointment reminder

O Web site do otorrinolaringologista pediátrico pode ser usado para fortalecer o vínculo profissional com o pediatra ou o otorrinolaringologista que lhe encaminha pacientes. O especialista poderá disponibilizar em seu site suas áreas de conhecimento e interesse específico dentro de sua especialidade.

Uma importante objeção relacionada ao marketing profissional via Internet é o comercialismo excessivo<sup>11,12</sup>.

O estigma da propaganda na prática médica tem sido muito re-pensado durante as últimas duas décadas, apesar dos padrões éticos parecem mais restritos do que aqueles relacionados ao comércio em geral. Intencionalmente ou não, os médicos praticam o marketing em suas áreas, utilizando ou não a Internet.<sup>11</sup> O marketing é uma área de conhecimento que tem sido muito valorizada e seus princípios certamente contribuirão para estreitar o relacionamento médico-paciente. O Web site profissional é um componente necessário da prática médica moderna e o marketing online é somente uma nova ferramenta para fazer o marketing de sua prática profissional.

O Web site certamente ajudará no marketing online do profissional, mas, é necessário veicular o nome do Web site no cartão pessoal, receituário, cartão de marcação de consultas e até mesmo nas páginas amarelas. Uma presença bem construída na Internet não somente age como uma propaganda estática para aqueles que usam a Internet em busca de um profissional. Prover informação médica de qualidade, educar os usuários em relação à diferenciação de fontes de informação disponíveis na Internet e comunicar-se com pacientes através de e-mails são importantes e diferenciados serviços prestados pelo médico. Tais serviços apontam para um profissional dedicado e decidido a promover o relacionamento médico-paciente através de uma melhor e mais atualizada forma de comunicação. Esta prática médica é considerada de excelente qualidade e será extremamente útil para a expansão da prática médica.<sup>12</sup>

## E-mails

Além dos tradicionais contatos pessoais, via telefone, correios ou fax, a comunicação através de e-mail está amplamente disponível aos pacientes e profissionais de saúde. O uso de correio eletrônico (e-mail) possui grandes vantagens: constitui-se uma via direta de comunicação entre os pacientes e seus médicos, garantindo-lhes a certeza de terem sido recebidas suas mensagens; além disto, permite aos médicos o esclarecimento de orientações apontadas durante consultas prévias ou, ainda, enviar a tais pacientes material educativo ou indicar as outras fontes de informação disponíveis na Internet.<sup>13</sup>

Algumas famílias sentem que a comunicação via e-mail com um “consultor eletrônico” é menos constrangedora do que conversas face a face com médicos pressionados pela pesada carga horária. Também consideram que as consultas via e-mail encorajam os pais a fazerem perguntas que teriam constrangimento ou timidez de fazer pessoalmente.<sup>14</sup>

Aqueles que se comunicam online com pacientes estabelecidos acham está é uma alternativa preferível aos acompanhamentos feitos por telefone, bem como um meio objetivo de documentar os seguimentos das consultas feitas no consultório. Os médicos estão aprendendo a usar de maneira efetiva o canal “online” para melhorar e simplificar suas rotinas de trabalho, em busca de uma melhor comunicação com menor comprometimento de sua privacidade. A resistência por parte dos médicos em se comunicar através de e-mails com seus pacientes apresenta semelhanças importantes quando da invenção do telefone. Em caso de comunicações que necessitam um retorno rápido, o telefone não pode ser esquecido, principalmente porque muitos não trabalham conectados à Internet por todo o tempo. Ainda são necessários estudos comparativos entre os custos e envolvimento associados à comunicação entre médicos e pacientes via telefone e e-mail.

O acesso à Internet via telefones celulares e agendas eletrônicas contribuirá para a consolidação do uso de e-mails entre os médicos e também com seus pacientes. Atualmente 20% dos médicos americanos correspondem-se via e-mail com seus pacientes e 70% dos internautas gostariam de se corresponder com seu médico por e-mail. Como a Internet tem se tornado popular, será cada vez mais difícil ignorar a expectativa dos consumidores da área de saúde com relação à comunicação “online”.

Não existem regulamentações sobre o uso apropriado de e-mails para a comunicação entre médicos e pacientes, mas orientações importantes têm sido propostas por algumas associações médicas.<sup>15</sup> O e-mail é uma comunicação escrita que contém data, horário e até mesmo assinatura, podendo, portanto, ser impresso e usado de diferentes maneiras. Se um email apresentar informações específicas sobre determinado paciente, poderá ser comprovado um relacionamento do médico com aquele específico paciente. A melhor abordagem ao se responder um e-mail seria tecer comentários gerais e deixar claro que recomendações específicas somente poderão ser expressas após a consulta médica. É importante imprimir todas as respostas aos e-mails enviados.

Usuários freqüentes da Internet lêem seus e-mails várias vezes ao dia e respondem prontamente. Apesar de se tratar de uma comunicação prática e rápida, as respostas precisam abordar todos os temas em questão. Apesar de não haver obrigação em responder imediatamente, uma indicação do recebimento ou uma resposta atenciosa é um importante sinal de consideração.

### **Ética na Internet**

A Internet tem mudado a maneira como as pessoas fornecem e recebem informações e cuidados relacionados saúde. Qualquer pessoa com um computador pode servir simultaneamente como autor, editor e publicador e pode assumir todos estes papéis de forma anônima se assim desejar. Mas como as informações de saúde têm o potencial tanto de melhorar a saúde como de prejudicá-la, as associações médicas e os próprios médicos, necessitam fornecer um conteúdo de alta qualidade e de acordo com os padrões de ética e com a máxima privacidade e segurança possíveis, de maneira que tanto o médico quanto seu paciente obtenham melhor benefício da Internet.

Em 2000, três importantes organizações relacionadas à saúde estabeleceram um comitê colaborativo relacionados a códigos de conduta ética na Internet. A “Iniciativa para a Ética nos Web sites de Saúde” (e-Health Ethics Initiative), criada pelas instituições “Health On the Net Foundation” (HON), “Health Internet Ethics” (Hi-Ethics) e “Internet Healthcare Coalition”, irá empenhar-se para incluir termos universais relativos à saúde e à Internet em seus respectivos códigos.

O código criado pela HON (“Fundação Saúde na Internet”) é o conjunto de normas éticas, para informações relacionadas à saúde na Internet (Quadro 4), mais respeitado pelos Web sites relacionados e tem sido usado como diretriz na criação e gerenciamento dos mesmos.

Qualquer esforço para a regulamentação das normas éticas será limitado ao Maior Denominador Comum devido a diferenças regionais em leis, costumes e padrões morais. Entretanto, médicos que fornecem conselhos pessoais ou cuidados médicos “online” devem respeitar as condutas éticas fundamentais da medicina além de informar e educar seus pacientes sobre as limitações dos cuidados de saúde via Internet.

### **Telemedicina na Internet**

Muitos hospitais que ocupam posições de vanguarda estão desenvolvendo projetos envolvendo as novas tecnologias da comunicação, incluindo os serviços relacionados à Internet, para satisfazer a demanda dos pacientes relacionada a serviços online nas áreas administrativas e médica, incluindo a telemedicina.<sup>16,17</sup>

A telemedicina inclui todas as atividades médicas relacionadas ao diagnóstico, terapêutica ou medicina social realizadas através de meios de comunicação relacionados à eletrônica que permitem a transmissão de informação sonora ou visual através de longas distâncias enquanto o médico e o paciente se encontram fisicamente em lugares distintos. No futuro, a capacidade de se conectar a uma fonte de informação médica será mais crítica do que a localização física do paciente ou do médico.<sup>18</sup>

A estrutura já disponível para o uso da Internet, além de suas características de multimídia e interatividade, podem viabilizar ainda mais a Telemedicina. O desenvolvimento de novas tecnologias relacionadas à transmissão da informação e a expansão de novas e mais rápidas redes de computadores irão fortalecer a telemedicina relacionada à Internet e certamente trará benefícios importantes para todo o sistema de saúde e para a arte e a ciência da medicina.



### Considerações Finais

No século XXI a informática médica se tornará uma disciplina central na prática médica. A internet é uma ferramenta útil no dia a dia do médico e, se usada corretamente, a relação custo-benefício será muito favorável. A alta “capilaridade” provida pela Internet também lhe permitirá, se administrada com propriedade, estabelecer pontes de contato com diferentes abordagens. Boa sorte!

### Referências bibliográficas

1. Empresas mais conhecidas nos Estados Unidos.- Corporate Branding. Available at: <http://uai.com.br/informática/microsoftsuperacoca.html>. Accessed April 12, 2001
2. Global Internet Trends - Nielsen//Netratings Report. Available at: <http://www.ibope.com.br/eratings/>. Accessed April 18, 2001
3. Sociedade da Informação
4. Coehn RJ. Universal McCann-Erickson US advertising volume. McCann-Erickson US advertising. Available at: <http://adage.com/dataplace/archives/dp446.html>. Accessed October 9, 2000.
5. The role of large consumer sites: Do we need a new model? Editorial. *Medicine on the net* 2000;6 (8):1-4
6. Physicians's Internet Usage Statistics - Research and Health Research Partners Network-9/8/98. Available at: <http://www.xpresspress.com/news/physiciansurvey.html>. Accessed April 11, 2001.
7. Projected physician time spent with web-based tools in 2010.- PriceWaterhouse Coopers Healthcast 2010 Report. Available at <http://owchealth.com/healthcast2010/force2/html>. Accessed April 13, 2001.
8. Rothschild MA. Otolaryngology and the Internet. E-mail and the World Wide Web. *Otolaryngol Clin North Am.* 1998 Apr;31(2):255-76.
9. Gorriz C, Gonzalez FM, Trinidad A, Garcia JR, Pinilla MT, Lopez Cortijo C, Arellano B. Use of the Internet in otorhinolaryngology. *Acta Otorrinolaringol Esp.* 1997 May;48(4):255-9.
10. Murphy KR. Computer-based patient education. *Otolaryngol Clin North Am.* 1998 Apr;31(2):309-17.
11. Rothschild M. Internet marketing offers an excellent potential for increasing one's practice. *Arch Otolaryngol Head Neck Surg.* 2001 May;127(5):600-2.
12. Rodrigues J Jr. Internet marketing essential to physician and patient successes. *Arch Otolaryngol Head Neck Surg.* 2001 May;127(5):604.
13. Kupper-Smith RB, Holsinger C, Jenkins HA. The use of E-mail by otolaryngologists. *Arch Otolaryngol Head Neck Surg.* 1996 Sep;122(9):921-2.
14. Borowitz S M., Wyatt J C.. The Origin, Content, and Workload of E-mail Consultations. *JAMA.* 1998 Oct;280(15) 1321-1324.
15. The American Medical Association. Guidelines for physician-patient electronic mail. Available at <http://ama-assn.org/pub/category/2386.html>. Accessed December 12, 2000.
16. Alusi GH, Tan AC, Campos JC, Linney A, Wright A. Tele-education: the virtual medical laboratory. *J Telemed Telecare.* 1997;3 Suppl 1:79-81.
17. Plinkert PK, Plinkert B, Kurek R, Zenner HP. Audiovisual telecommunication by multimedia technology in HNO medicine. *HNO.* 2000 Nov;48(11):809-15.
18. Burgess LP, Holtel MR, Syms MJ, Birkmire-Peters DP, Peters LJ, Mashima PA. Overview of telemedicine applications for otolaryngology. *Laryngoscope.* 1999 Sep;109(9):1433-7.