

## **Consumer health information: é hora da informação profissional**

**Prof. Doutor Armando BRITO DE SÁ.** Coordenador e Médico de Família da USF Conde Saúde. Quinta do Conde, Portugal.

### **Resumo**

A saúde constitui um dos mercados mais dinâmicos da sociedade contemporânea. Como em qualquer outra relação de prestação de serviços ou fornecimento de bens temos em presença um consumidor e um prestador de serviços. Estes serviços poderão ter a forma de um produto ou de uma intervenção que, alegadamente, contribuirão para manter, melhorar ou restaurar a saúde do indivíduo. A saúde é um bem privado, mas existem externalidades ligadas à saúde que podem ser conceptualmente consideradas como bens públicos globais. A prestação de cuidados de saúde é objecto de considerações éticas, deontológicas e de regulação particulares. O mercado dos produtos de consumo para a saúde segue a dinâmica do mercado da saúde. Em Portugal, e apesar da crise económica, assiste-se ao seu crescimento, assente nos produtos farmacêuticos de venda livre e de suplementos diversos, bem como de intervenções variadas encaradas como de melhoria da quantidade e qualidade de vida. Consumer health information, que poderemos traduzir como "informação de saúde para o consumidor", define-se como "qualquer informação que permita aos indivíduos compreender a sua saúde e tomar decisões relacionadas com a sua saúde e das suas famílias". Esta perspectiva assume a pessoa como autónoma e capacitada para procurar a informação adequada à resolução do problema que pretende resolver ou da questão que quer esclarecida. As fontes de informação sobre saúde a que recorre o cidadão têm evoluído rapidamente. Se, por um lado, os media e os profissionais de saúde continuam a ser indicados como principais fontes de informação em saúde para os cidadãos, a evolução dos meios informáticos alterou radicalmente a relação entre a pessoa e a busca de informação. Em 2003, a Internet era referida na Europa como fonte de informação sobre saúde por 23,1% da população (Portugal: 14%); em 2014 essa percentagem tinha subido para 59% (Portugal: 50%). Pela simplicidade, acessibilidade imediata, rapidez e, muito importante, privacidade da busca, é previsível que a tendência de uso da Internet como fonte primária de informação em saúde continue a crescer. Este é um progresso real, que aumenta a capacitação das populações no controlo da sua saúde e nas escolhas que fazem. O mercado, reconhecendo esta necessidade de informação e a evolução da procura, apresenta uma multiplicidade de propostas de fornecimento dessa informação. Esta pletora de fontes não é isenta de problemas. O espectro da sua qualidade vai do cientificamente robusto até ao erro que coloca a saúde em risco. Particularmente inquietante é a disseminação de ideias e práticas pseudocientíficas que, sendo muito sedutoras para o consumidor pouco educado cientificamente, o levam com frequência a escolhas que não só não contribuem para a melhoria da sua saúde como podem ter consequências negativas e até desastrosas. Qual tem sido a resposta das instituições cuja missão é a disseminação de informação sobre saúde cientificamente válida? O cidadão comum que faça uma busca de informação simples através do Google encontra, como primeiras opções, sítios de natureza comercial ou, no mínimo, com ligações comerciais que podem levar a que se questione a sua independência e rigor. Apesar de várias instituições disponibilizarem

informação de qualidade, esta encontra-se pouco visível, só sendo acessível através de pesquisa estruturada por quem adquiriu competências adicionais na busca de informação. De um modo geral os documentalistas da área da saúde têm concentrado, e bem, o seu trabalho nas organizações de saúde, tanto prestadoras de cuidados como académicas. A evolução da sociedade recomenda que os documentalistas da saúde aumentem o seu âmbito de intervenção e se envolvam na informação em saúde da população em geral. Nesta apresentação propõem-se duas estratégias globais e uma específica. As duas primeiras passam (i) pela promoção activa da visibilidade dos centros de documentação e (ii) por uma forte aposta na capacidade de atracção dos seus sítios na Internet. A terceira estratégia sugerida, já no âmbito da APDIS, tem como objectivo servir as duas anteriores, podendo passar pela constituição de uma secção ou subgrupo específico dirigido ao tópico da informação ao consumidor, à imagem do posto em prática, por exemplo, pela CAPHIS norte americana. Se os maiores consumidores de informação em saúde são os cidadãos, os documentalistas da área da saúde são os seus parceiros lógicos nessa busca permanente e sempre em movimento. Este é o momento de ser estabelecida essa parceria.

**Palavras-chave:** Informação em saúde; Literacia em saúde.