



## CMSS-NAM-WHO Collaboration: *Phase 2: Identifying Credible Sources of Health Information in Social Media*

### **Resumo: Como identificar fontes confiáveis de informações sobre saúde em mídias sociais**

#### **Fase 2: Considerações para Organizações sem fins lucrativos não acreditadas, entidades comerciais e fontes individuais**

Uma colaboração do Conselho de Sociedades Médicas Especializadas, da Academia Nacional de Medicina e da Organização Mundial da Saúde

#### **Resumo executivo**

Um relatório recente sugere que aproximadamente 59% da população global usa algum tipo de mídia social [1]. Embora seja difícil avaliar o uso no mundo inteiro, o trabalho atual estima que cerca de 90% dos americanos usem as mídias sociais para pesquisar informações sobre saúde [2]. Relatórios recentes sugerem um crescimento na quantidade e na influência da desinformação sobre saúde na Internet. Nesse cenário, onde o público confia nas mídias sociais para tomar decisões sobre saúde, a qualidade desse tipo de informação e a desinformação difundida nessas plataformas têm uma importância maior.

Em resposta, o Google/YouTube apoiou esforços, realizados em duas fases, para desenvolver princípios e atributos para auxiliar as mídias sociais e outras plataformas digitais a identificar e promover fontes confiáveis de informações sobre saúde. A primeira fase foi concluída em 2021 pela comissão consultiva convocada pela Academia Nacional de Medicina (NAM) e resultou nos princípios e atributos fundamentais para determinar a credibilidade das fontes de informações sobre saúde.<sup>1</sup> O escopo da Fase 1 era limitado às entidades com base nos Estados Unidos e se concentrava em entidades governamentais e sem fins lucrativos com procedimentos estabelecidos de análise ou credenciamento. Na Fase 1, o grupo consultivo propôs três princípios fundamentais para apoiar a avaliação de credibilidade: 1) ter base na ciência; 2) ser objetiva; e 3) ser transparente e responsável [3] e desenvolveu atributos para avaliar o alinhamento de uma fonte de informação de saúde com os princípios. A Organização Mundial da Saúde (OMS) convocou uma comissão especializada para analisar essa orientação inicial para uma perspectiva global [4]. Aqui, resumimos o resultado da Fase 2.

A Fase 2 foi realizada por um comitê consultivo multidisciplinar convocado pelo Conselho de Sociedades Médicas Especializadas (CMSS), em colaboração com a NAM e a OMS. O comitê foi encarregado de adaptar os princípios e atributos estabelecidos na Fase 1 como base para avaliar outras fontes de informações sobre saúde, incluindo outras Organizações sem fins lucrativos não acreditadas, entidades comerciais e indivíduos, com foco

<sup>1</sup> Para ter uma perspectiva geral do projeto da NAM, acesse <https://nam.edu/programs/principles-for-defining-and-verifying-the-authority-of-online-providers-of-health-information>.

na aplicabilidade global. Um documento de rascunho foi postado para opinião pública e os comentários foram considerados na finalização do relatório.

O comitê concluiu que todas as fontes de informações sobre saúde precisam ser mantidas para os três princípios fundamentais: ter base na ciência, ser objetiva e ser transparente e responsável. Além disso, foi desenvolvido um novo princípio transversal de inclusão, construído usando os princípios originais e todas as fontes de informações. Esse novo princípio é importante para garantir que informações confiáveis sobre saúde sejam acessíveis a todos, mas pode ser desafiador fazer a incorporação sem considerar o *conteúdo* em vez da *fonte*. Por isso, ele está sendo refinado no momento.

Para lidar com alguns possíveis desafios na expansão dos princípios e atributos propostos para um grupo mais amplo de fontes (organizações sem fins lucrativos não credenciadas, organizações comerciais e indivíduos), o comitê sugeriu várias modificações nos atributos originais (Tabela 1). O comitê também discutiu como implementar os princípios e atributos na prática. Foi acordado que as fontes precisariam aderir a uma preponderância dos atributos, mas não se chegou a um consenso sobre quais atributos precisam ser priorizados.

**Tabela 1: Fase 2: Modificações propostas aos atributos dos princípios fundamentais para identificação de fontes confiáveis de informações sobre saúde nas mídias sociais**

*Nota: o texto em **negrito** representa as adições, alterações e exclusões geradas pelo comitê consultivo na Fase 2. Os atributos que são iguais nas fontes são apresentados em uma linha mesclada.*

Princípio: <b>Ter base na ciência</b>		
<i>As fontes devem oferecer informações consistentes com as melhores evidências científicas disponíveis no momento e atender aos padrões para a criação, análise e apresentação de conteúdo científico.</i>		
<b>Organizações sem fins lucrativos</b>	<b>Organizações comerciais</b>	<b>Indivíduos</b>
Reconhece as limitações e a evolução da ciência (por exemplo, conhecimento inicial ou incompleto, como visto em doenças emergentes, amostras de tamanho pequeno, correlação versus causalidade etc.), <b>indica quando há debate e pouco esclarecimento disponível</b>		
Marca as informações de maneira clara com a data da última atualização e se esforça para reavaliar e atualizar o conteúdo, <b>inclui o atestado de que isso representa informações atualizadas que podem mudar com o passar do tempo</b>		
Demonstra conhecimento específico sobre o assunto, ou seja, contribuições consistentes e respeitadas em determinado campo, <b>indica conteúdo original vs. nova finalidade usando uma fonte confiável</b>		<b>Divulga conhecimento sobre licenciamento, educação, treinamento e ciência para a plataforma</b>
Vincula a outras fontes confiáveis e está vinculado a elas		<b>Vincula a outras fontes confiáveis</b>
Apresenta citações precisas <b>de fontes científicas de alta qualidade, incluindo a avaliação dos pares e fontes de dados validadas, para justificar afirmações</b>		
Usa informações de várias fontes, em vez de dados de uma única fonte		
Usa um processo de consenso para desenvolver as informações compartilhadas		<b>Não relevante</b>

Usa a avaliação dos pares ou outra forma de análise para aprovar as informações antes de compartilhar	<b>Não relevante</b>
---	----------------------

2

<p align="center"><b>Princípio: <u>Objetivo</u></b></p> <p align="center"><i>As fontes precisam adotar medidas para reduzir a influência de conflitos financeiros e outras formas de conflito de interesses (COI) ou vieses que possam comprometer a qualidade das informações apresentadas.</i></p>		
<b>Organizações sem fins lucrativos</b>	<b>Organizações comerciais</b>	<b>Indivíduos</b>
<b>Mantém as informações sobre saúde separadas de mensagens financeiras, políticas ou ideológicas</b>	Mantém as informações sobre saúde separadas das mensagens financeiras, políticas ou comerciais	
Permanece independente de financiadores, <b>tem uma política sobre a manutenção da independência científica</b>		Permanece independente de financiadores
Separa as atividades de lobby das informações sobre saúde		
<b>Identifica com clareza as postagens patrocinadas, parcerias pagas ou publicidade para campanhas de arrecadação</b> Não inclui publicidade com <b>informações</b> sobre saúde <b>sem declaração</b> (ou não hospeda publicidade de forma nenhuma)	<b>Identifica com clareza informações sobre educação/ versus marketing.</b> Não inclui propagandas com <b>informações</b> sobre saúde <b>sem declaração</b> (ou não hospeda publicidade de forma nenhuma)	<b>Identifica com clareza postagens patrocinadas e parcerias pagas de acordo com regulamentações e orientações locais</b>
<p align="center"><b>Princípio: <u>Transparente e responsável</u></b></p> <p align="center"><i>As fontes precisam declarar as limitações das informações que apresentam, assim como os conflitos de interesses, erros no conteúdo ou enganos processuais.</i></p>		
<b>Organizações sem fins lucrativos</b>	<b>Organizações comerciais</b>	<b>Indivíduos</b>
Informa se há conflitos financeiros e não financeiros além das <b>definições da missão no próprio site</b>	Informa se há conflitos financeiros e não financeiros; <b>divulga a receita organizacional resultante</b>	Informa se há conflitos financeiros e não financeiros, <b>incluindo a receita de acordo com regulamentações e orientações locais</b>
<b>Declara suas posições políticas e partidárias, além das atividades de lobby</b>		
Adere a princípios de transparência e ética em saúde		
Posta correções públicas ou retiradas. As atualizações são postadas com uma periodicidade programada		
Oferecem um canal de comunicação com o público		
Compartilha dados, métodos ou esboços de recomendações. Divulga os esforços feitos <b>para serem</b>		

equilibrados e inclusivos no desenvolvimento de informações sobre saúde com base em evidências		
Princípio: <b>Inclusivo e equitativo (em desenvolvimento)</b> <i>As fontes precisam priorizar a inclusão de vozes diferentes, equitativas e confiáveis para informações sobre saúde que reflitam o grupo demográfico do público</i>		
<b>Organizações sem fins lucrativos</b>	<b>Organizações comerciais</b>	<b>Indivíduos</b>
Usa linguagem acessível e culturalmente apropriada para a população desejada		
Evita estigmatizar a linguagem sobre grupos específicos de pessoas		
Prioriza o acesso equitativo a informações sobre saúde		
Contextualiza e faz pesquisas relevantes para a população desejada		

3

## Implementação

Estabelecer um conjunto de princípios e atributos pelos quais as fontes podem ser consideradas confiáveis é uma primeira etapa essencial, mas a comprovação estará na implementação desses critérios. O uso deles na ampliação e promoção de conteúdo confiável precisa ser avaliado com um olhar crítico em relação à utilidade desse processo em todo o mundo, além da adequação às várias plataformas de mídias sociais. O comitê concordou que o atestado sozinho, enquanto primeira etapa, seria insuficiente para estabelecer credibilidade. Portanto, o comitê apoiou a criação de um atestado ou instrução biográfica padronizada para fontes individuais a serem vinculadas, consistentemente, aos principais atributos, como licenciatura, especialização, além dos conflitos de interesse, nas plataformas de mídias sociais. Esses atributos precisam ser checados de forma independente. Além disso, os membros do comitê recomendam que a credibilidade da fonte seja analisada com regularidade tanto para permitir que novas fontes se tornem confiáveis quanto para remover fontes que talvez não estejam mais atendendo aos critérios de credibilidade. Os critérios específicos a serem avaliados precisam ser considerados dentro do contexto das regulamentações locais, por exemplo, regulamentações FTC nos EUA relacionadas à publicidade. Da perspectiva do usuário final, foi considerado importante para o consumidor entender os fatores usados para definir a credibilidade de uma fonte. O comitê também incentivou o máximo possível de consistência na aplicação de atributos nas plataformas. Por último, além da meta atual de identificar fontes confiáveis, o comitê enfatizou a necessidade de explorar ainda mais meios pragmáticos e efetivos de gerenciamento de problemas maiores de conteúdo de desinformação e informações incorretas relacionados à saúde.

## Processos para avaliação e testes de processos

Reconhecendo os prováveis desafios de implementação, o comitê concordou que é essencial testar de forma iterativa como os algoritmos funcionam na sinalização precisa de fontes confiáveis de informações válidas sobre saúde e, em última análise, como os consumidores usam os resultados. O comitê enfatizou que o teste do processo de avaliação será fundamental antes da implementação em grande escala de fontes de avaliação (usando casos de uso e testes piloto) e depois (após fontes confiáveis possíveis, longitudinalmente), para determinar se os processos estão funcionando como pretendido e se há evidências de danos inesperados. Este teste precisa incluir plataformas globais. O comitê incentivou as plataformas de mídias sociais a desenvolver processos transparentes, padronizados e verificáveis

digitalmente para avaliar como uma fonte se alinha aos princípios e atributos que permitiriam um julgamento de credibilidade. Por último, as plataformas de mídias sociais são incentivadas a colaborar com especialistas em pesquisas para avaliar o impacto da rotulação de fontes confiáveis e da elevação do alcance das fontes confiáveis, já que o valor do rótulo deriva apenas de sua validade pública.

4

## Referências

1. DataReportal. Digital 2022: relatório statshot global de julho. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-july-global-statshot>
2. Bishop M. (2019) Healthcare Social Media for Consumer Informatics. In: Edmunds M., Hass C., Holve E. (eds) Consumer Informatics and Digital Health. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-96906-0\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-319-96906-0_4)
3. Kington RS, Arnesen S, Chou WS, Curry SJ, Lazer D, Villarruel AM. Identifying Credible Sources of Health Information in Social Media: Principles and Attributes. NAM Perspect. julho de 2021 16;2021:10.31478/202107a. doi: 10.31478/202107a. PMID: 34611600
4. Organização Mundial da Saúde. Relatório da reunião: reunião de consulta on-line da OMS para discutir os princípios globais para identificar fontes confiáveis de informações sobre saúde em mídias sociais. 1º de julho de 2022. Disponível em: <https://www.who.int/publications/m/item/who-online-consultation-meeting-to-discuss-global-principles-for-identifying-credible-sources-of-health-information-on-social-media>

