

Por Tiago Delgado (*)

O mês de agosto marca o aniversário de dois anos de um tema que circunda diferentes setores, preocupando empresas e profissionais e exigindo uma maior maturidade em relação ao ambiente digital. A Lei 13.709/18, popularmente conhecida como LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais) traz novas regras e normas sobre o uso de dados pessoais na prestação de serviços e operações comerciais.

A questão é que a área de saúde é uma das mais afetadas neste cenário, mas as idas e vindas da lei, que sequer tem uma data assegurada para entrar em vigor, complicam ainda mais uma operação que naturalmente seria complexa. Hospitais, clínicas e consultórios médicos vivem um momento de impasse justamente em um período em que soluções tecnológicas surgem aos montes para otimizar processos de saúde a partir das informações dos pacientes.

Sancionada em agosto de 2018, a LGPD sempre esteve à deriva por conta de negociações políticas e pressões de diferentes lados. Programada inicialmente para entrar em vigor em março de 2020, 18 meses depois da sanção, foi adiada para ser implementada em agosto do mesmo ano. Contudo, a pandemia de covid-19 embaralhou novamente o tema. Dessa forma, a Medida Provisória 959, que já está em vigor, coloca a vigência da Lei a partir de maio de 2021. Contudo, se ela não for votada até 31 de agosto, perde sua validade. Ou seja, as empresas estarão sujeitas às regras no mesmo instante em que a MP cair.

É uma instabilidade que reflete na operação de clínicas e consultórios, uma vez que estas instituições não sabem quando estarão sujeitas às penalidades previstas e tampouco a partir de quando essas medidas serão consideradas. Tudo isso no mesmo período em que os profissionais de saúde dependem quase que exclusivamente dos dados fornecidos por seus pacientes para realizarem as consultas, utilizando tecnologias próprias de captura, armazenamento e tratamento das informações, como os recursos de telemedicina (liberado de forma extraordinária pelo Conselho Federal de Medicina durante a pandemia de covid-19).

Diante da indefinição, médicos e demais profissionais da saúde devem redobrar a atenção e o cuidado, garantindo que os dados sejam trabalhados da melhor forma possível. No teleatendimento, por exemplo, deixe claro ao paciente que a consulta está sendo gravada por precauções de segurança e explique todos os procedimentos de segurança que a clínica ou o consultório adota para proteger a privacidade das pessoas.

Outro ponto essencial é contar com o apoio de soluções tecnológicas eficientes e robustas. O prontuário eletrônico, por exemplo, deve atender os mais altos níveis de segurança estipulados pela SBIS e pelo CFM, evitando que qualquer dado do paciente possa vazar e ser utilizado sem o consentimento prévio da pessoa. Hoje, este recurso é essencial no dia a dia médico por centralizar diferentes informações e, assim, atuar como um hub estratégico em vez de simplesmente ser uma ferramenta de agenda e horários.

Por conta disso, a melhor alternativa que clínicas e consultórios possuem é não esperar a boa vontade política e iniciar, desde já, um trabalho de transformação digital e adoção de boas práticas de compliance e gestão em suas rotinas. Mais importante do que aguardar uma definição em relação à LGPD é se antecipar às demandas que eventualmente surgiriam – com ou sem regulamentação governamental. Afinal, utilizar informações dos pacientes já era uma das tendências esperadas para o setor – e que só acelerou com a pandemia de covid-19.

Hoje, para exercer a medicina com eficiência, qualidade e destreza, os médicos precisam ir além do que aprenderam nas salas de aula da universidade e na residência. Além da atualização constante com as pesquisas científicas em estudo, é preciso conhecer a fundo todos os seus pacientes. Saber trabalhar com esse grande volume de informações é o que vai diferenciar um consultório de sucesso no futuro próximo – e conseguir proteger essas informações é o que vai determinar a

confiança que a sociedade tem em relação ao profissional.

(*) **Tiago Delgado** é sócio-fundador da Medicina Direta, empresa especializada em gestão e serviços digitais para clínicas e consultórios. É formado em Comunicação Social pela ESPM e Mestre em Marketing pela Universidade de Birmingham, na Inglaterra. No Reino Unido, atuou como gerente de comunicação de contas como Mercedes-Benz e Audi.

Fonte: Saúde Business, em 07.08.2020