
PROGRAMA DE ACTUALIZACION CONTINUA Y A DISTANCIA EN UROLOGIA

Comité de Educación Médica Continua
Sociedad Argentina de Urología

Módulo 5 - Fascículo 2 - 2001

Módulo: Informática en Urología

Coordinador: Dr. Hugo A. Signori

- E-mail
Dr. Germán Chéliz
- Sitios en la Internet con contenidos de Urología
Dr. Ricardo Gutfrajnd

Director

Dr. Jorge H. Schiappapietra

Secretario

Dr. Carlos A. Acosta Güemes

Asesor

Dr. Elías J. Fayad

SAU

SOCIEDAD ARGENTINA DE UROLOGIA

E-MAIL

Dr. Germán Chéliz

INTRODUCCIÓN

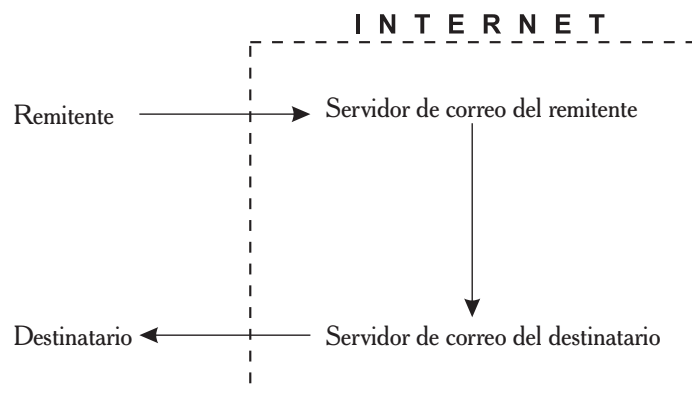
La expansión de la Internet que se ha observado en los últimos años es considerable. El volumen del tráfico de información crece día a día. La incorporación del *e-commerce*¹ gracias a la disminución de los costos de la red y el aumento de la seguridad en la transferencia de datos promete cambiar la forma de comerciar en los próximos años.

Sin duda unos de los vehículos del cambio es el correo electrónico, cuya aparición, por costos, velocidad, seguridad y rapidez supera al fax y puede compararse a la aparición de la comunicación por hilo telefónico.

Usando el pensamiento analógico, debemos entender el e-mail como una encomienda postal o una carta común y corriente. Posee un remitente, un destinatario y puede vehicular un mensaje simplemente o un "paquete", a saber información digital adosada.

Analicemos uno a uno dichos componentes (le voy a pedir que excuse mi lenguaje por momentos coloquial y que tenga un mínimo de conocimiento del tema.)

- a) *Remitente*: el que envía un e-mail en realidad lo envió desde su computadora hacia otra computadora denominada servidor de correo (*Mail Server*). Dicha comunicación se realiza por intermedio de un programa cliente instalado en la computadora del usuario (como el *Outlook Express de Microsoft*²). En buen romance, el programa de correo instalado en su computadora (programa cliente) se conecta por intermedio del par telefónico (entre otros) con la computadora que les da el servicio de correo (no necesariamente la que les da el servicio de conexión a la Internet) y deposita en el programa servidor del correo el mensaje en cuestión. Dicho servidor de correo (cada vez que lea servidor o *server*³, lea computadora) envía "la carta" al servidor del correo del destinatario.
- b) *Destinatario*: cada vez que el destinatario se conecte con su servidor de correo, baja el mensaje que el remitente le envió y lo le en su computadora.



¿CÓMO SE IDENTIFICAN LAS PERSONAS POR E-MAIL?

Por intermedio de una dirección electrónica, cuya estructura es **USUARIO@COMPUTADORA**

Lo que está a la izquierda de @ es el *Nickname* o alias del usuario y lo que está a la derecha identifica al *server*⁴ de correo o computadora que les da el servicio de e-mail. Cada usuario tiene una dirección única e irreplicable en el mundo.

¿CUÁLES SON LOS COMPONENTES DEL E-MAIL?

Todo e-mail cuenta al menos de los siguientes componentes: destinatario, remitente, motivo, cuerpo del mensaje con posibilidad de adosar un archivo digital. Tanto el *Outlook Express*, el *Outlook* como el *messenger de Netscape* ofrecen opciones para envíos múltiples. Es el apartado "CC" o copia en carbónico y "CCO" copia en carbónico oculta. La ventaja de ambas es que con el mismo costo de la llamada telefónica local Ud. puede enviar a más de una persona un mismo e-mail. En el caso de la copia en carbónico, cada uno de los destinatarios sabrá a quienes más fue dirigido dicho mail, si por el contrario Ud. utiliza la opción CCO, nadie sabrá si alguien más lo recibió y por ende la lista de distribución permanecerá oculta. El motivo del mensaje suele ser más importante de lo que uno sospecha, ya que cuando el destinatario recibe muchos mail, dicho *motivo* puede ser un criterio de prioridad para la lectura, o la eliminación del mensaje, culpa achacable al bendito "spam" del cual hablaremos posteriormente. En el cuerpo del mensaje, sencillamente se escribe un mensaje sea en formato **.txt* (el que todos pueden leer) u otro que soporte su programa de correos. Tal vez lo más interesante es la posibilidad de adosar un archivo. Hoy en día se puede digitalizar prácticamente cualquier cosa que se pueda enviar por correo convencional, una imagen (por medio de un scanner, de una cámara digital), sonido (formato **.wav* o los más interesantes MP3 debido al menor tamaño que ocupan), etc. Esto permite enviar información de tamaño considerable con bajo costo. Imagine que Ud. quiera enviarle a alguien en Japón una radiografía, la digitaliza y al costo de la llamada local en pocos minutos el destinatario puede recibirla, y almacenarla para posterior consulta. Si Ud. quiere disminuir el tamaño de la información adosada puede comprimirla con cualquiera de los compresores disponibles en versiones pagas o *shareware*⁵ (*Winzip*, *Pkzip*, etc.) Haga números de lo que le saldría por otro medio en tiempo y dinero...

¿ES SEGURO EL E-MAIL?

Esta es tal vez la única pregunta que pondría los pelos de punta a cualquier promotor de *e-business*⁶ ya que una respuesta sincera debería incluir en algunos de sus puntos un sincero "no tanto como Ud. quisiera".

Cualquier sistema es violable... al igual que cualquier envío por correo... o cualquier Fax... ¿Simple, no? Más o menos dependiendo del caso en particular... El tema "seguridad en la Net" es el tema clave para transformar a la Internet en una formidable vía de negocios, muchos de los cuales se realizan día a día en un número creciente en forma exponencial. ¿Ud. no se atreve a dejar su número de tarjeta de crédito en la Net?, ¿se la dejó al mozo del restaurant donde fue a comer anoche? -Sí...- lo feli-

cito, ¿la perdió de vista en algún momento? ¿Le resulta confiable la mirada apacible del cajero? ¿Está seguro de que nadie anotó su número de tarjeta? Le alcanza... entonces deje su tarjeta en la Internet, probablemente sea más seguro, bajo las siguientes condiciones: 1. que el sitio donde deja sus datos le avise que los mismos serán realizados bajo una conexión segura, 2. que el sitio en cuestión sea viable dentro de un entorno de seguridad máxima (configurado en su explorador), 3. que la dirección electrónica del remitente tenga un *certificado digital*⁷ o el sitio haya sido verificado por cualquiera de las entidades que otorgan certificados digitales (*Verisign*, etc.) 4. cuando envía dicho dato por e-mail elimine de la carpeta elementos eliminados ya que dicho dato puede ser accedido desde su computadora o por medio de un archivo tipo "*Black hole*" desde otra computadora. Dichas precauciones le darán un nivel razonable de seguridad.

¿ES BARATO EL E-MAIL?

Es una de las formas más baratas de comunicación no interactiva. Obviamente no se puede realizar fácilmente un intercambio dinámico de información como en una conversación telefónica, al igual que con el correo convencional. Pero Ud. puede mandar grandes cantidades de información con el costo de una llamada de teléfono local, si no quiere acceder a sistemas más caros de conexión rápida. Si Ud. enviara un fax al extranjero debe abonar el costo de la llamada internacional⁸, no así por mail. No puede enviar por fax imágenes de alta resolución o sonido, lo que en correo estándar demandaría más tiempo y según el envío más costo.

¿QUÉ TIPOS DE SERVIDORES DE CORREO HAY?

Básicamente hay dos tipos de servidores, los que le permiten el acceso a su correo desde la Web (*http Based Servers*) o los que le permiten bajarlos en su computadora y leerlos *off-line* (*POP3 Servers*, los *IMAP* funcionan ligeramente distinto pero son escasos en nuestro medio hoy en día). En el primer caso Ud. accede a la red, navega hasta el sitio donde se encuentra el servidor y on-line Ud. accede a su correo. En el segundo caso Ud. se conecta con su computadora, baja el correo y lo lee *off-line*. Cada uno tiene ventajas y desventajas: el *http based server* le permite leer su correo desde cualquier computadora conectada a la Web sin necesidad de conocer ningún dato de dicha computadora sea en Argentina o en Praga (¿se imagina estar en Praga y no poder acceder a su correo electrónico?), pero la lectura es *on-line*, y por tanto tiene un costo mayor en la comunicación (local). El segundo le permite un mínimo de tiempo de conexión y por ende costo, pero debe conocer todos los datos del Mail Server (que por ser el suyo Ud. Conoce) y del Web Server que le da el servicio de conexión a la Internet a esa computadora en particular, inclusive la clave de acceso al servicio, cosa que habitualmente no está fácilmente disponible, ya que el dueño de la misma no suele facilitarlos.

¿PUEDO RECIBIR UN VIRUS POR CORREO?

Casi cualquier archivo que no esté en formato *.txt puede vehicular un virus. Los archivos de texto que no tengan dicho formato pueden vehicular virus-macro por ejemplo (no así si Ud. lo traduce a formato RTF). Nunca abra un archivo con formato *.exe o un archivo con doble extensión, salvo que esté dotado de un temple de acero, estos archivos pueden ser Troyanos. La diferencia básica entre virus y troyano es que los primeros se auto-ejecutan en algún momento, los segundos (recuerde el solípedo que a mentas de Odiseo, fecundo en ardidés, los griegos regalaros a los troyanos, para su solaz y destrucción) sólo se ejecutan cuando uno los activa. Dos consejos: si Ud. cree que su antivirus último modelo plus de luxe es infalible olvídelo... Si Ud. cree que el archivo que le mandan es seguro porque corresponde a un remitente confiable... olvídelo también, muchos troyanos se autoenvían automáticamente a todos los integrantes de las direcciones electrónicas agendadas en la computadora que infec-

tan. Moraleja: sea educado, salvo que su computadora tenga un muy buen antivirus (¿?) no envíe archivos de texto en formato *.doc sino RTF o mejor aún en formato *.txt y no confíe en el mail que no espera...

¿QUÉ ES EL SPAM?

El spam es un molesto efecto colateral del uso de la Internet. Básicamente es un e-mail que tiene fines comerciales, donde se anuncia la venta o ventajas de tal o cual producto o empresa, y que Ud. nunca solicitó. Ya sea porque alguien tuvo acceso a su dirección electrónica, o porque Ud. la dejó en algún lugar de la Web o sencillamente porque fue generado automáticamente por un programa una dirección electrónica que coincide por la suya alguien le envía un mail no solicitado. Cuando Ud. recibe uno o dos mail por día no es básicamente un problema, si Ud. recibe varios e-mail, la pérdida de tiempo y dinero comienza a molestar considerablemente. Consejos útiles para evitarlos: 1. no deje su e-mail en ningún sitio de la Web que no tenga un nivel alto o al menos medio de seguridad, 2. cuando reciba un mensaje no deseado que le de una opción de enviar un mail pidiendo ser removido de la lista de distribución que lo originó, no lo conteste, ya que puede ser la forma en la que el remitente confirma que dicha dirección existe y con ese dato confeccionar una base de datos de e-mail que pueda ser vendida para formar parte de futuros spam, sencillamente bloquee el remitente 3. si le pide algún sitio que deje su e-mail para enviarle una contraseña para poder acceder a dicho sitio utilice una dirección de correo que nunca más vuelva a usar o una transitoria (<http://www.mailexpire.com>) 4. recurra a alguno de los programas *anti-spam* disponibles en la Net incluso en forma gratuita (no siempre son tan buenos como uno quisiera, en selectividad y tiempo ahorrado).

¿PUEDO TENER MÁS DE UNA DIRECCIÓN ELECTRÓNICA?

Tantas como quiera, temporarias o definitivas. Puede incluso redireccionarlas a un solo mail server para poder acceder a las mismas desde una sola conexión con dicho server y ahorrar tiempo y dinero.

¹ E-commerce: comercio electrónico.

² Outlook Express: programa de correo cliente de Microsoft.

³ Server: computadora remota que realiza por Ud. Algo que su computadora no puede realizar, en este caso vehicular el e-mail.

⁴ Server: computadora que da un servicio que su computadora no le puede brindar: mail server, web server, etc.

⁵ Shareware: programas de uso gratuito, ilimitado o limitado en el tiempo, que incluso pueden bajarse de la Internet.

⁶ e-business: Negocios a través de la Net.

⁷ Certificado digital: en términos muy simples y en el caso de la dirección electrónica certifica que la misma es real.

⁸ No se sonría yo también se que se puede enviar un Fax al extranjero con el costo de la llamada local enviándolos a determinados servidores que le ofrecen ese servicio. En nuestro país raramente son gratuitos y le piden un mínimo de comunicaciones que excede el del usuario no comercial.

SITIOS EN LA INTERNET CON CONTENIDOS DE UROLOGÍA

Dr. Ricardo Gutfraind

Haciendo una búsqueda en la Internet para la palabra clave “urology”, encontramos más de 166000 páginas que contienen esa palabra. Por este motivo el “caos” de información que se brinda es gigantesco y es necesario ordenar algunos puntos para poder sacar el mejor provecho.

Dentro de la gran diversidad de sitios, se eligieron algunos con la finalidad de facilitar algunos ejemplos útiles para el lector.

1) COMO SE ACCEDE A UN SITIO

Básicamente existen tres tipos de llegada a un determinado sitio.

a) Por recomendación

En estos tiempos de abundancia caótica de información lo más habitual y quizás la mejor forma de acceso es por la recomendación de un colega en forma verbal o por medios electrónicos. Muchos sitios incluyen entre sus páginas un ícono que sirve para recomendar a alguien vía e-mail ese sitio.

b) Por medio de links

Casi todos los sitios poseen una página dedicada a colocar otras direcciones de sitios similares o con temas parecidos, habitualmente son direcciones que aparecen de color azul y contienen un hipervínculo que al tocar con el mouse directamente lo llevarán a ese sitio.

Ejemplo:

usuarios.advance.com.ar/gutfraind/

c) A través de buscadores.

Los distintos tipos de buscadores nos permitirán acceder a sitios por palabras o conjunto de palabras clave. Deberá tenerse en cuenta el tipo de buscador para darse una idea del tipo de sitio a acceder. (Ver fascículo de buscadores.)

Los buscadores más comunes y por cierto comerciales son:

Ejemplo:

www.yahoo.com	www.yahoo.com.ar	www.altavista.com
www.Alexa.com	www.EuroFerret.com	www.Excite.com
www.google.com	www.HotBot.com	www.Infoseek.com
www.Lycos.com		

2) TIPOS DE SITIO

Lo primero al ingresar a un sitio es tratar de definir que tipo de sitio es, esto muchas veces no resulta fácil. En la actualidad existen varios tipos de sitios que podríamos definirlos de acuerdo a sus contenidos en:

a) Comercial

Son sitios desarrollados específicamente persiguiendo algún fin comercial directo o indirecto, ya sea vendiendo algún producto o servicio, publicitando tal o cual cosa, o simplemente publicando trabajos serios y reales solamente en favor de algo, excluyendo los que están en contra. Otros en cambio piden información y datos personales para crear una base de datos altamente segmentada y venderla a otras empresas del mismo rubro con fines comerciales. Hay un sinnúmero de “chicanas” comerciales para tratar de ocultar la verdadera finalidad de un sitio con fines de lucro.

Ejemplo:

www.urology.net
www.urology.com
www.endoscopes.net

www.urohealth.org
www.urologynet.org/productsframed.asp

b) Educativos

Estos sitios corresponden a universidades, hospitales escuela, bibliotecas, centros de enseñanza y otros dedicados difundir contenidos que otros puedan aprovechar para su formación.

Ejemplo:

www.uroatlas.net
www.nlm.nih.gov/

c) Institucionales

Son sitios oficiales de las distintas instituciones ya sean científicas, educativas, ONG, etc.

Ejemplo:

www.sau-net.org
www.auanet.org
www.cornellurology.com/

d) Publicaciones

En este tipo de sitios encontraremos información acerca de publicaciones en formato electrónico o los sitios oficiales de las conocidas revistas. Se puede encontrar desde abstracts o artículos originales, hasta comentarios de artículos y casos clínicos.

Ejemplo:

www.duj.com
www.jurology.com
link.springer.de/link/service/journals/00345/
www.sau-net.org/publicaciones.htm

e) Personales

De a poco este tipo de sitios se están volviendo cada vez más populares, es donde encontraremos información acerca de la persona “dueña” del sitio con los datos que esa persona quiere que se le conozcan.

Ejemplo:

www.urologyorlando.com
www.njurology.com/doctors/seaman.htm

f) A medida

Son sitios que uno puede configurar para que solamente le den la información sobre los temas que uno elije.

Ejemplo:

www.docguide.com
www.medicinatv.com

g) Mixtos

Sin duda alguna este es el tipo de sitio que más abunda en la Internet, mezclan más de algún componente antes descripto.

Ejemplo:

urology.medscape.com/

3) LIBERTAD EN LA INTERNET

La Internet se convirtió en un lugar virtual de libre expresión, no hay censura ni organismo contralor que intervenga analizando los contenidos de los sitios.

En el campo de la medicina esta libertad debe analizarse con sumo cuidado, quizás el médico pueda llegar a reconocer sitios serios de aque-

llos que no lo son, pero el público general está invadido de información médica de dudosos orígenes.

4) SITIOS EN LA INTERNET CON CONTENIDOS DE UROLOGIA

Instituciones

Sociedad Americana de Urología <http://www.auanet.org>
Sociedad Internacional de Urología (SIU) <http://www.siu-urology.org>
Sociedad Europea de Urología <http://www.uroweb.org>
Asociación Canadiense de Urología <http://www.cua.org>
Sociedad Brasileira de Urología <http://www.sbu.org.br>
Sociedad Colombiana de Urología <http://www.scu.org.co>
Sociedad Mexicana de Urología <http://www.netfm.com.mx/smu>
Sociedad Uruguaya de Urología <http://www.chasque.apc.org/fosorio>
Sociedad Venezolana de Urología <http://www.oveuro.com.ve>
Sociedad Americana de Próstata <http://www.ameripros.org/>
Sociedad Americana de Medicina reproductiva <http://www.asrm.com>
Association for the Cure of Cancer of the Prostate
<http://www.capcure.org>
National Association for Continence <http://www.nafc.org>
Impotence Resource Center <http://www.impotence.org>
Interstitial Cystitis Association <http://www.ichelp.org>
Asociación Médica Argentina (A.M.A.) <http://www.ama-med.com/>
Organización Mundial de la Salud (O.M.S.) <http://www.who.ch>
Organización Panamericana de la Salud en Argentina
<http://www.ops.org.ar>
Hospital de Clínicas José de San Martín <http://www.hc.fmed.uba.ar>
Mayo Clinic <http://www.mayo.edu>
Johns Hopkins Hospital <http://www.med.jhu.edu>

Publicaciones

American Journal of Kidney Disease <http://www.ajkd.org/>
Archivos Españoles de Urología
<http://www.arch-espanoles-de-urologia.es>
Cancer Online <http://journals.wiley.com/cancer>
Contemporary Urology <http://www.conturo.com>
Digital Journal of Urology <http://www.duj.com>
Infections in Urology <http://www.duj.com>
The Journal of Urology <http://www.jurology.com/>
British Journal of Urology
<http://www.blackwell-synergy.com/issuelist.asp?journal=bju>
The Lancet <http://www.thelancet.com/>
British Medical Journal Abstracts <http://www.bmj.com>
Prostate Update <http://www.canadian-prostate.com>
Urology <http://www.elsevier.com/locate/urologyonline>

Universidades

Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires
<http://www.fmed.uba.ar>
Cátedra de Urología de la Facultad de Medicina de la U.B.A.
<http://www.uro.org.ar>
Universidad Nacional del Litoral <http://www.unl.edu.ar>
Universidad Nacional de La Plata <http://www.unlp.edu.ar>
University of Michigan Prostate Cancer Home Page
<http://www.cancer.med.umich.edu/prostcan/prostcan.html>

Portales y buscadores médicos

Medline <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez>
Medscape's – Urología
<http://www.medscape.com/Home/Topics/urology/urology.html>
Yahoo Salud <http://ar.dir.yahoo.com/Salud/>
Hardin Meta Directory of Internet Health Sources
<http://www.lib.uiowa.edu/hardin/md/>

MedWebPlus <http://www.medwebplus.com/>
BioSites <http://www.library.ucsf.edu/biosites/>

Varios

<http://www.urolaparoscopia.com.ar>
<http://webs.sinectis.com.ar/jmguzman>

Puede acceder a todos estos links desde el sitio de la S.A.U. en la Web: <http://www.sau-net.org>.

5) CONSEJOS ÚTILES.

La Internet a revolucionado la forma de acceso a la información, cada vez es más fácil y más rápido. Es una herramienta imprescindible y nadie podrá desconocer esta tecnología y utilizarla para su actividad profesional.

Una vez más el sentido común es el mejor consejo, uno no debe dejarse llevar por sitios que tienen lindos logos o son muy vistosos y parecen de instituciones serias cuando en realidad son simples “kioscos” encubiertos como sitios médicos.

Cada día en mi actividad profesional escucho a mas pacientes decir “lo ví en Internet”, a veces con información certera y en otras ocasiones con información notablemente distorsionada desde la fuente o no bien entendida por falta de preparación del paciente en cuestiones muy técnicas. Es por esto que debemos conocer lo más a fondo posible esta herramienta, volverse amigable con ella antes que se convierta en una enemiga.

Preguntas de Evaluación

El siguiente cuestionario de preguntas corresponde al Módulo INFORMATICA EN UROLOGIA.

El médico deberá registrar en él las respuestas elegidas y remitir la hoja por correo o fax al Comité de Educación Médica Continua, Sociedad Argentina de Urología, Pasaje de la Cárcova 3526, (1172) Buenos Aires. Tel./fax: 4963-8521/4336/4337.

El requisito para aprobar el módulo consistirá en contestar correctamente por lo menos el 75% del total de las preguntas del módulo, para ello tendrá un máximo de 90 días a partir del momento en que recibió el fascículo. Antes de finalizar el corriente año lectivo se publicarán las respuestas correctas, de esta manera el médico podrá realizar su autoevaluación y comprobará los resultados de su aprendizaje.

Cualquier consulta y/o aclaración en relación con las preguntas, dirigirse a la dirección indicada previamente.

Se ruega solicitar en Secretaría el N° de inscripción e incorporarlo con sus datos personales en este cuestionario.

- 1.- ¿Cuáles son las características de los buscadores o motores de búsqueda?
 - a) Abarcan la totalidad de las páginas disponibles en la Web
 - b) Clasifican los sitios en una estructura jerárquica
 - c) Es posible realizar búsquedas complejas
 - d) Se utilizan para localizar información específica
 - e) Se utilizan para acceder a noticias de actualización frecuente
- 2.- ¿Cuál es la característica distintiva del Medline?
 - a) Es posible acceder al texto completo de las citas bibliográficas
 - b) Es gratuita
 - c) Las citas están clasificadas utilizando un vocabulario controlado
 - d) Incluye información bibliográfica de libros y revistas
 - e) Ninguna de las anteriores respuestas
- 3.- ¿Por qué es necesario validar la información obtenida de la Internet?
 - a) Publicar en la Internet tiene un bajo costo
 - b) Se obtiene una gran cantidad de información
 - c) No existe una clasificación uniforme
 - d) La Internet está desregulada
 - e) Todas las anteriores
- 4.- Indique cuáles de los siguientes archivos pueden contener virus
 - a) *.rtf
 - b) *.doc
 - c) *.exe
 - d) *.txt
 - e) Todos, ya que cualquier tipo de archivo puede contener un virus
- 5.- ¿Cuáles son las ventajas del e-mail?
 - a) Es posible enviar imágenes de alta resolución
 - b) Bajo costo
 - c) Rapidez
 - d) Seguridad
 - e) Todas las anteriores
- 6.- Escriba las direcciones de 3 directorios temáticos especializados de medicina
.....
.....
.....

Apellido y Nombre: N° inscripto:

Dirección: Código:

Ciudad: Provincia:

Tel. ó fax: E-mail: