



ORIGINAL

¿Cómo son las páginas webs de los laboratorios farmacéuticos dirigidas a los usuarios? ☆

María Jesús López Hidalgo^a, Alicia Aguado Gómez^b, Marceliana Sánchez Ruiz^c,
Gregoria García-Moreno Rodríguez^d y Gemma Alejandre Lázaro^{e,*}

^aHospital Nacional de Paraplégicos, Toledo, España

^bCentro de Salud de Polán, Equipo de Atención Primaria de Polán, Toledo, España

^cCentro de Salud de Villacañas, Equipo de Atención Primaria de Villacañas, Toledo, España

^dCentro de Salud de Consuegra, Equipo de Atención Primaria de Consuegra, Toledo, España

^eGerencia de Atención Primaria, Toledo, España

Recibido el 9 de marzo de 2009; aceptado el 16 de julio de 2009

Disponible en Internet el 3 de diciembre de 2009

PALABRAS CLAVE

Educación sanitaria;
Internet;
Laboratorio
farmacéutico

Resumen

Objetivo: Describir el contenido y la estructura de las páginas webs de los laboratorios farmacéuticos (LF) con información sanitaria dirigida a pacientes.

Diseño: Descriptivo transversal. Variables: temas de salud tratados y 9 apartados: población diana y objetivos, política editorial, autoría, actualización de contenidos, protección de datos personales, interactividad, accesibilidad, publicidad y sellos de calidad.

Emplazamiento: Internet.

Participantes: Todas las páginas webs en español de LF con información sanitaria dirigida a pacientes.

Mediciones: Se estudiaron las 60 páginas webs encontradas. Temas más frecuentes: neurología-salud mental (19,3%) y digestivos (12%). Pocas especifican la dirección del responsable del sitio (51,7%), del responsable de la calidad (10%) o de los autores del texto (15%). Casi dos tercios tienen fecha de publicación del contenido (66,7%), pero de actualización sólo el 13,3%. Declara política de privacidad y protección de datos el 65% y sólo posibilita controlar el uso de datos personales el 28,3%. Un 10% permite dudas en línea y un tercio tiene área de preguntas más frecuentes. El 41,7% omite que su información no reemplaza la consulta médica. Un 11,7% permite descargar material didáctico (infantil). El 93,3% adapta su lenguaje al destinatario, pero ninguna es accesible para discapacitados. Mayoritariamente (86,7%) muestran el logotipo del laboratorio en todas las páginas. Sólo el

☆ El trabajo se presentó como comunicación oral en el IX Congreso de Atención Primaria de Castilla-La Mancha celebrado en Guadalajara en 2008.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: galejandre@sescam.jccm.es (G. Alejandre Lázaro).

KEYWORDS

Health education;
Internet;
Pharmaceutical
companies

16,7% son máscaras para la publicidad. Exclusivamente 9 páginas webs tienen sello de calidad (HONcode).

Conclusiones: Son páginas dirigidas más a informar superficialmente sobre una enfermedad que a publicitar directamente un principio activo o una marca determinada. Sin embargo, su fiabilidad debe ser baja al desconocerse autores y fuentes de información. La información sanitaria de Internet debe ser veraz y estar avalada por autores o fuentes de información adecuadas; así, Internet podrá ser una verdadera herramienta de educación sanitaria.

© 2009 Elsevier España, S.L. Todos los derechos reservados.

How are the websites of pharmaceutical companies directed at users?
Abstract

Objective: To describe the content and structure of the websites of pharmaceutical companies (PC) with health information to patients.

Design: Descriptive, cross-sectional.

Main measurements: health topics treated, and 9 sections: objectives and target population; editorial policy, authoring, updating of content, personal data protection, interactivity, accessibility, advertising labels.

Setting: Internet.

Participants: All PC websites with patient health information in Spanish.

Results: We studied 60 sites found. Most common: 19.3% neurology, mental health and 12% digestive diseases. Few specify the address of the person responsible for the site (51.7%), responsible for quality (10%) or the authors of the text (15%). Nearly 2/3 show the date of publication of content (66.7%), but only 13.3% updated. Privacy and data protection are mentioned in 65%, with only 28.3% allowing control of the use of personal data. Only 10% allow expressing doubts online and 1/3 of the sites have frequently asked questions. A total of 41.7% omitted to say their information does not replace medical advice. Educational materials (for children) can be downloaded in 11.7%. Almost all (93.3%) adapted their language to the recipient, but none are accessible to disabled people. The majority (86.7%) have the company logo on all pages. Only 16.7% are fronts for advertising, and only 9 sites have a quality seal (HONcode).

Conclusions: Pages are designed to give superficial information on a disease than directly advertise a particular brand or active ingredient. However, their reliability has to be low due to the authors and sources of information being unknown. If Internet health information was truthful and backed up by authors or appropriate information sources, the Internet could well be a genuine health education tool.

© 2009 Elsevier España, S.L. All rights reserved.

Introducción

La relación paciente-profesional sanitario está sufriendo desde hace unas décadas un gran cambio. Esto es debido, al menos en parte, a la mayor información sobre la salud de la que disponen nuestros pacientes. En este sentido, es indiscutible el papel cada vez más importante de Internet¹⁻³. La información sobre la salud es una de las más solicitadas en la red. Además, aunque no todos los pacientes acceden a Internet, los que sí acceden transmiten activamente la información. Al lado de esta popularidad surgen nuevas cuestiones, tales como la calidad de la información o su capacidad de transmitir verdadero conocimiento no manipulado.

Una característica especial de la información que aparece en Internet es la elevada credibilidad que el usuario de ésta le suele otorgar. Las razones son múltiples: el atractivo diseño con que se realizan las páginas webs, la facilidad de consulta de Internet (las 24 h del día los 365 días del año en

cualquier lugar del mundo), el supuesto aval de fundaciones/sociedades sin reconocimiento en el mundo sanitario pero con nombres que pueden llevar a confundirlos con instituciones científicas válidas, o ser páginas realizadas por marcas comerciales de fácil reconocimiento y cierto prestigio entre los usuarios.

La información en materia sanitaria de la que disponen nuestros pacientes a través de Internet aparece como un elemento integrante más del proceso de comunicación paciente-sanitario. Como profesionales sanitarios, necesitamos conocer el tipo de información, quién la proporciona realmente, qué objetivos persigue y, por tanto, qué fiabilidad se le puede otorgar.

Al ser las páginas webs de los laboratorios farmacéuticos (LF) una fuente emergente de información sanitaria en Internet, decidimos realizar un estudio para describir el contenido y la estructura básica de las páginas webs de los LF con información sanitaria para los pacientes.

Material y métodos

Se realizó un estudio epidemiológico descriptivo y transversal durante los meses de febrero a mayo de 2008.

La población estudiada fueron las páginas webs de los LF con información de salud dirigida a pacientes. Todas ellas se consultaron entre marzo y abril de 2008. El criterio de inclusión fue que estuvieran escritas en español.

La búsqueda de las páginas se realizó a través del listado de laboratorios publicado en el vademécum internacional 2008, edición española, por tanto, todos son LF con medicamentos autorizados en nuestro país. Con el fin de no perder ninguna página, se contrastó con distintos listados accesibles desde el propio Internet: Fistera, Diario Médico, *links* Ibáñez&Plaza. Todas ellas son fuentes de información fácilmente accesibles si se quiere comprobar exactamente las páginas webs estudiadas.

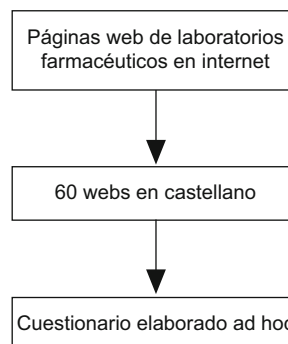
Las variables estudiadas se diseñaron a partir de distintas recomendaciones sobre la evaluación de sitios webs dirigidos a pacientes referidos al campo de la salud⁴⁻⁶. Se recogieron las siguientes:

1. Temas de salud tratados.
2. Población diana a la que va dirigida la información y objetivos.
3. Política editorial.
 - Dirección del responsable del sitio.
 - Listado responsables de la calidad de los contenidos.
 - Enlaces: diferenciación clara del resto y si llevaban o no a páginas externas al laboratorio.
 - Presencia de contenidos no sanitarios.
4. Autoría.
 - Declaración de las fuentes de información de los documentos.
 - Mención del autor, su titulación y la posibilidad de contacto con él.
5. Actualización de contenidos (fechas).
6. Protección datos personales.
 - Declaración de la política de privacidad.
 - Forma de procesamiento y protección de datos personales.
7. Interactividad.
 - Existencia de *webmaster*.
 - Posibilidad de consultas en línea.
 - Especificación de que la información contenida no reemplaza a la consulta médica.
 - Capacidad de descarga de contenidos.
8. Accesibilidad.
 - Apartado de preguntas más frecuentes.
 - Buscador.
 - Mapa web.
 - Lenguaje adecuado al destinatario.
 - Accesibilidad para discapacitados.
9. Publicidad.
 - Logotipo del LF: sólo en la página de inicio o en todas.
 - Evaluar si se trata de una máscara para la publicidad de los medicamentos comercializados por el laboratorio.
 - Aparición de los precios de los productos y posibilidad de venta en línea.
 - Orden de aparición de la información y la publicidad.
10. Aval por sellos de calidad.

Previamente al inicio del estudio, se realizó un pilotaje del cuestionario con 5 páginas como método de detección de problemas en el cuestionario y homogeneización de criterios entre los evaluadores.

Tres investigadores evaluaron todas las páginas de forma independiente. En el caso de no coincidir en la evaluación, se alcanzaba el consenso por mayoría.

Los datos se analizaron mediante el paquete estadístico SPSS 12.0 para Windows utilizando los parámetros habituales.



Esquema general del estudio. Estudio descriptivo transversal de páginas webs de los laboratorios farmacéuticos.

Resultados

El número total de páginas evaluadas fue de 60 (el total de las webs de LF dirigidas a pacientes escritas en español). A continuación se especifican los resultados de cada uno de los apartados del estudio.

Apartado 1. Temas de salud tratados: eran múltiples y quedan reflejados en la figura 1. El 30% trataba varios temas, siempre según las líneas de productos del LF.

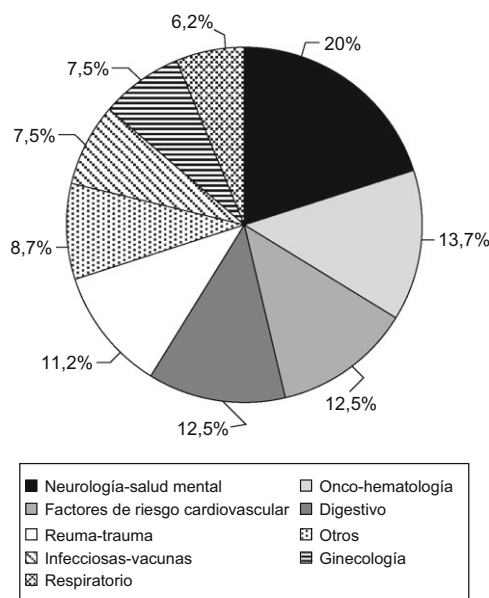


Figura 1 Temas de salud de las páginas webs.

Apartado 2. Población diana a la que va dirigida la información y objetivos. El 83,3% de las páginas webs especificaba la población diana a la que dirigían los contenidos: pacientes con la enfermedad y sus familias. El 95% enumeraba los objetivos que pretendían cumplir: informar, apoyar la relación paciente-sanitario, etc.

Apartado 3. Política editorial. Sólo el 7% tenía algún contenido no sanitario. El 73,3% contenía enlaces a páginas distintas a las del propio laboratorio (páginas webs institucionales, artículos científicos, etc.).

Apenas un 10% ofrecía un listado de las personas responsables de la calidad de los contenidos de la página web. Sin embargo, más de la mitad (51,7%) sí detallaba una dirección del responsable genérico del sitio web.

Apartado 4. Autoría. Véase la figura 2.

Apartado 5. Actualización de contenidos. Véase la figura 3.

Apartado 6. Protección de datos personales. La declaración de la política de privacidad y de protección de datos no constaba en el 35% de las páginas webs. Además, el 71,7% no permitía al usuario de la web controlar el uso de sus datos personales.

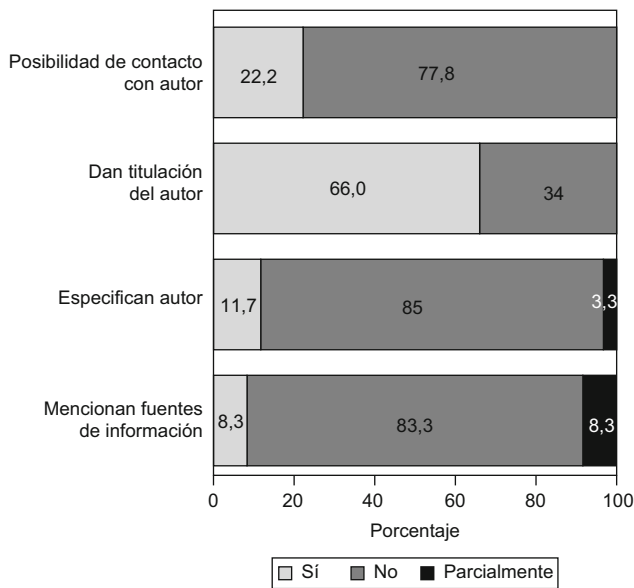


Figura 2 Autoría.

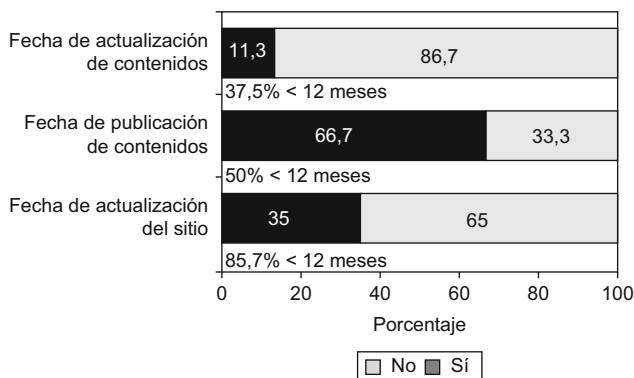


Figura 3 Actualización de contenidos.

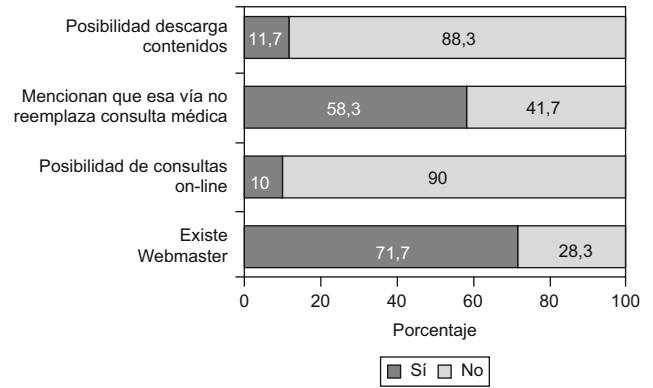


Figura 4 Interactividad.

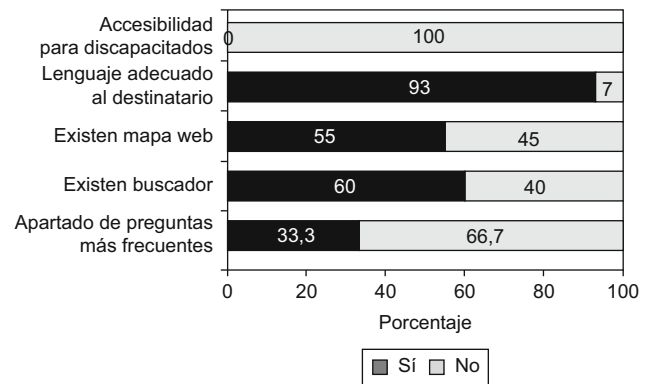


Figura 5 Accesibilidad.

Apartado 7. Interactividad. Véase la figura 4. Existía la posibilidad de descargar de contenidos en el 11,7%, éstas eran páginas dirigidas a niños diabéticos e hiperactivos.

Apartado 8. Accesibilidad. Véase la figura 5.

Apartado 9. Publicidad. En el 86,7% de las páginas webs estudiadas aparecía sistemáticamente en todas las páginas el logotipo del laboratorio. Sin embargo, sólo en el 16,7% la web se trataba de una máscara para la publicidad de los medicamentos comercializados por el LF. La aparición de los precios de los productos y la posibilidad de venta en línea se daba en el 5% de las páginas webs, se trataba de productos dermatológicos y nutricionales. La publicidad era lo primero con lo que se encontraba el usuario en el 18,4% de los casos, en el 45% aparecía primero la información y en el 36,6% aparecía la información y la publicidad simultáneamente.

Apartado 10. Aval por sellos de calidad. No poseían ningún sello de calidad 51 de las 60 páginas webs estudiadas (85%). Las 9 páginas avaladas tenían el sello HONcode y sólo una poseía 2 sellos más: Best Work Places y Web Médica Acreditada.

Discusión

Hasta la fecha no hemos encontrado en la bibliografía médica ningún estudio específico sobre páginas webs de LF

dirigidas a pacientes, por lo que las comparaciones que podemos hacer se refieren a estudios sobre páginas sanitarias institucionales o webs médicas. Asimismo, la mayoría de estos estudios se centraban bien en un tema en concreto o bien en una muestra de páginas webs. Nosotros nos planteamos la necesidad de estudiar todo el espectro de páginas webs de laboratorios dirigidas a pacientes en español y creemos haberlo conseguido, al menos, en la fecha en que se realizó el trabajo de campo.

En general, son páginas escritas en un lenguaje claro y sencillo, dirigido más a informar superficialmente sobre la enfermedad que a publicitar un principio activo o una marca determinada, aunque tampoco son absolutamente neutras. Los temas tratados, si bien son muy diversos en el total de las páginas webs, al estudiar cada una en concreto, están elegidos en función de las líneas de productos de cada laboratorio.

Es destacable el reducido número de páginas webs que especifican los precios o permiten la venta en línea. Este hecho se puede relacionar con la legislación vigente, que prohíbe publicitar aquellos medicamentos que financia el Sistema Nacional de Salud (Artículo 7 del Real Decreto 1416/1994, de 25 de junio).

Los principales estudios sobre páginas webs sanitarias relacionan estrechamente la calidad de la información de los contenidos con 2 de las dimensiones estudiadas: la política editorial y la accesibilidad⁵⁻⁷; de tal forma que en un estudio del año 2005 con población universitaria⁸ se asociaba la credibilidad de un sitio web a la rapidez de acceso, a la facilidad de navegación, a la actualización constante, a la atracción visual del formato, al lenguaje sencillo y comprensible y a la información completa y precisa. Si nos centramos en estos apartados, la calidad media de las páginas webs analizadas es similar a la reflejada en otros estudios⁴.

Sin embargo, destaca la menor especificación de los responsables de contenidos, de los autores de los artículos y de su titulación, incluso menos de la mitad de lo encontrado en algún estudio.

Por tanto, el hallazgo que consideramos más destacable es la escasa fiabilidad que deberían inspirar estas páginas para el paciente, ya que se desconocen los autores, sus titulaciones y las fuentes de información.

Asimismo, la gran mayoría carece del aval que supone someterse a los principios que rigen los sellos de calidad. También es cierto que la mayoría de los pacientes (y de los profesionales) desconocen la importancia de estos sellos.

Dado que Internet se está convirtiendo en una de las fuentes de información sanitaria preferida por los pacientes, es necesario que la información allí recogida sea veraz y avalada por sanitarios. Con los datos del presente estudio, esta necesidad no parece cumplirse totalmente en las páginas webs de los LF.

En definitiva, creemos necesaria una mayor cooperación entre laboratorios y profesionales sanitarios a la hora de transmitir información sanitaria a la población con el fin de que sea lo más adecuada posible. De este modo, contribuiríamos a mejorar los conocimientos de los pacientes sobre la salud y a facilitar su autonomía.

Lo conocido sobre el tema

- La mayor información sobre la salud de la que disponen nuestros pacientes está ayudando a cambiar la relación paciente-sanitario.
- En este sentido, es indiscutible el papel cada vez más importante de Internet.
- Al lado de esta popularidad, surgen nuevas cuestiones, tales como la calidad de la información o su capacidad de transmitir verdadero conocimiento no manipulado.

Qué aporta este estudio

- Las páginas webs de los laboratorios farmacéuticos tienen una calidad similar a otras páginas webs sanitarias respecto al lenguaje, a la accesibilidad y a la actualización.
- Sin embargo, especifican mucho menos los responsables de contenidos, los autores de los artículos y las fuentes de información.
- Son páginas webs que deberían inspirar escasa fiabilidad para el paciente al desconocerse mayoritariamente sus autores y sus fuentes de información.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Bibliografía

1. Shepperd S, Charnock D. Against internet exceptionalism. *BMJ*. 2002;324:556-7.
2. Wilson P. How to find the good and avoid the bad or ugly: A short guide to tools for rating quality of health information on the internet. *BMJ*. 2002;324:598-602.
3. Spitzer A. The Internet—A new medical problem or invaluable ally? *Pediatrics*. 2004;114:817-9.
4. Babio GO, Bermúdez Tamayo C, García Gutiérrez JF, Márquez Calderón S. Selección y evaluación de sitios web dirigidos a pacientes referidos al campo de la salud [Internet]. Sevilla: Agencia de Evaluación de Tecnologías Sanitarias de Andalucía, 2006. Informe 1/2006 [consultado 21/1/2008]. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/salud/orgdep/AETSA>.
5. Gagliardi A, Jadad AR. Examination of instruments used to rate quality of health information on the internet: Chronicle of a voyage with an unclear destination. *BMJ*. 2002;324:569-73.
6. Bermúdez-Tamayo C, Jiménez-Pernetta J, García JF, Azpilicueta I, Silva-Castro MM, Babio G, et al. Cuestionario para evaluar sitios webs sanitarios según criterios europeos. *Aten Primaria*. 2006;38:268-74.
7. Kim P, Eng TR, Deering MJ, Maxfield A. Published criteria for evaluating health related web sites: Review. *BMJ*. 1999;318:647-649.
8. Llinás G, Mira JJ, Pérez-Jover V, Tomás O. En qué se fijan los internautas para seleccionar páginas web sanitarias. *Rev Calidad Asistencial*. 2005;20:385-90.