



EDITORIAL

Recomendaciones para el uso de las redes sociales para farmacéuticos de hospital (12 consejos que deberías tener en cuenta antes de lanzarte a la red)

J. C. Juárez Giménez¹, L. C. Fernández Lisón² y E. Monte Boquet³
en representación del grupo de trabajo de salud 2.0 de la SEFH

¹ Servicio de Farmacia Hospitalaria. Hospital Vall d'Hebron. Barcelona. ² Servicio de Farmacia Hospitalaria. Complejo Hospitalario. Cáceres. ³ Servicio de Farmacia Hospitalaria. Hospital Universitario La Fe. Valencia.

La Web 2.0 ha revolucionado la manera de entender Internet promoviendo la participación y la colaboración entre profesionales sanitarios, pacientes y ciudadanos en general. Este hecho ha sido posible gracias al desarrollo del software o herramientas tecnológicas incluidas dentro de las denominadas redes sociales o herramientas Web 2.0. Se trata de un conjunto de recursos intuitivos y de utilización fácil, cuyo uso se está mostrando fundamental en los diferentes escenarios de promoción de la salud.

En este contexto, el acceso y difusión de la información sanitaria, se realiza y almacena casi exclusivamente en formato electrónico, haciendo emerger la denominada Salud2.0. Este hecho implica que en la elaboración, la selección y la valoración de los contenidos, no sólo participan los profesionales de la salud, si no también los usuarios. Esta participación social, extendida aún más mediante los dispositivos móviles, ha supuesto un gran cambio en la comunicación. No hay duda que Internet ha posibilitado que los profesionales sanitarios puedan comunicarse y compartir información de forma rápida y llegar a miles de personas con facilidad.

Así, básicamente y de forma muy resumida, las redes sociales permiten tener una presencia profesional en la red de diferentes maneras, como son:

1. Fomentar el intercambio de información biomédica y farmacoterapéutica en diferentes ámbitos.

2. Proporcionar la oportunidad de difundir ampliamente mensajes de salud pública y comunicados de salud.
3. Generar nuevos desafíos en la relación profesional de la salud-paciente.

Ante esta situación, los farmacéuticos de hospital debemos de considerar la necesidad de participar activamente en la utilización de las redes sociales y el universo de la salud 2.0. Desde el grupo de trabajo de la SEFH de Salud 2.0 recientemente creado, se ha considerado prioritario el publicar un conjunto de recomendaciones básicas en cuanto a la utilización de las redes sociales. El objetivo principal es promover que estas herramientas se utilicen con la máxima profesionalidad, además de enriquecer el conocimiento terapéutico con la potenciación del trabajo colaborativo y de la inteligencia colectiva que está cambiando la relación entre los profesionales, las organizaciones sanitarias y los pacientes. Como se podrá comprobar, básicamente hacen referencia a la actitud profesional y ética que se debe de considerar en su uso, además de unas directrices en cuanto los contenidos farmacoterapéuticos e información biomédica en general, que se debe difundir y compartir.

Hay que considerar que el objetivo de este documento no es el generar una Guía de estilo para la utilización de estas herramientas. En este aspecto, las diferentes Comunidades Autónomas van publicando diversas versiones de guías de este tipo, por lo que recomendamos seguir la que

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: lcfernandezlison@hotmail.com (Luis Carlos Fernández Lisón).

se ajuste al área geográfica en la que se desarrolla la actividad profesional (ver el anexo). Estas guías suelen incluir el procedimiento que hay que seguir para abrir cuentas y perfiles en estos espacios de relación y participación. También enumeran las diferentes herramientas Web 2.0, sus objetivos, su utilidad y los criterios de estilo comunicativo más adecuados para cada una de las herramientas propuestas.

Para elaborar estas recomendaciones se han seleccionado los documentos y las pautas de las organizaciones sanitarias de prestigio, tanto de nuestro entorno profesional farmacéutico como otras publicadas en la bibliografía biomédica. Cabe destacar que una de las guías más destacadas que se ha utilizado como documento base ha sido las que recoge las recomendaciones establecidas por la *American Medical Association* (AMA). Debido a su primicia, aplicabilidad práctica y prestigio profesional, han sido muy útiles para la elaboración de este documento.

Finalmente, destaca que estas recomendaciones básicas pueden ser aplicadas tanto a las cuentas personales como a las profesionales y también pueden extrapolarse a las institucionales.

A continuación se proponen doce recomendaciones:

1. Es fundamental respetar las normas de privacidad de los pacientes y la confidencialidad que se tiene

Anexo. *Recopilación de las Guías de Uso y estilo por las diferentes comunidades autónomas y otras organizaciones*

1. Guía de xarxes socials de la Generalitat de Catalunya [En línea] GENCAT [Consultado enero de 2014] http://www.gencat.cat/web/meugencat/documents/guia_usos_xarxa.pdf
2. Guías de Uso y Estilo en las Redes Sociales Sistema Sanitario Público de Andalucía [En línea] redsaludandalucia.es [Consultado enero de 2014] <http://www.redsaludandalucia.es/sites/default/files/guiv1.pdf>
3. Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco [En línea] irekia.euskadi.net [Consultado enero de 2014] http://www.irekia.euskadi.net/assets/a_documents/1218/Gui%CC%81a_de_usos_y_estilo_en_las_Red_Sociales_del_Gobierno_Vasco.pdf
4. Guía Usos y Estilo en las Redes Sociales de la Junta Castilla y León [En línea] JCYL.es [Consultado enero de 2014] http://www.jcyl.es/junta/cp/Maquetacion_guia.pdf
5. GuíaSalud en las redes sociales. Guía de usos y estilo [En línea] guiasalud.es [Consultado enero de 2014] http://www.guiasalud.es/contenidos/documentos/Participacion/GS_redes_sociales.pdf
6. Redes sociales. Guía de Estilo. Gobierno de Canarias. [En línea] gobiernodecanarias.org [Consultado enero de 2014] http://www.gobcan.es/identidadgrafica/manual_identidad_grafica/manual_desglosado/redes_sociales_guia_estilo.pdf

que mantener en todos los ambientes, incluida la red. Hay que abstenerse de publicar en línea información que permita identificar al paciente tanto directamente como indirectamente. En todo momento se tiene que tener en cuenta la Ley 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal.

2. Sobre el uso de Internet y las redes sociales, los profesionales tienen que utilizar la configuración de privacidad para proteger la información personal y el contenido dentro de lo posible, pero se ha recordar que la configuración de privacidad no es infalible y que una vez publicado el contenido a Internet, es probable que quede de manera permanente. Por lo tanto, los profesionales tienen que controlar su propia presencia en Internet para garantizar que la información personal y profesional queda en sus propios lugares y, dentro de lo posible, el contenido publicado sobre ellos por otros, es exacta y apropiada.
3. En el caso de compartir información farmacoterapéutica con los pacientes a través de las redes, se deben mantener los límites adecuados de la relación profesional sanitario-paciente, en conformidad con las normas éticas profesionales, como se haría en cualquiera otro contexto.
4. Para mantener los límites profesionales apropiados se tendría que considerar la posibilidad de la separación explícita de lo que se publica de manera personal o profesional. Sería conveniente no utilizar la cuenta profesional para difundir opiniones personales y diferenciar los contenidos. Así, se recomienda un planteamiento previo para valorar la posibilidad entre diferenciar y utilizar diferentes cuentas para uso profesional y/o personal.
5. Cuando se detecte contenido farmacoterapéutico y/o biomédico publicado por algún otro profesional que parece poco contrastado o evidenciado, se tiene la responsabilidad de notificarlo al autor, de forma que lo pueda eliminar y/o tomar medidas adecuadas. Si el comportamiento viola significativamente las normas profesionales y la persona no toma las medidas adecuadas para resolver la situación, el profesional debería informar a las autoridades competentes.
6. Debe recordarse que las acciones realizadas en la red y el contenido inadecuado publicado, puede afectar negativamente a la reputación entre los pacientes y los compañeros de profesión. Esta situación puede generar consecuencias negativas en cuanto a su carrera profesional, pudiendo generar desconfianza pública de la profesión.
7. La difusión de la información de carácter farmacoterapéutica se basará siempre en la metodología de la medicina basada en pruebas (dando prioridad a la difusión de la basada en el ensayo clínico aleatorizado, el metaanálisis y la revisión sistemática), procurando siempre citar la fuente primaria original. Se

tiene que evitar difundir información publicitaria, poco contrastada y no referenciada.

8. Cuando se promocióne la información farmacoterapéutica publicada por otro profesional, siempre es recomendable consultar la fuente original, independientemente del prestigio del profesional que la difunde. Si la información es relevante y de calidad se considera adecuado citar al profesional que difunde por primera vez la información.
9. Siempre se debe asegurar que el contenido y la forma de expresión de la información que se difunde debe ser apropiado a la audiencia a la cual se dirige. Considerando sobre todo la necesidad de adecuar esta información cuando se dirige al paciente y usuario en general.
10. Mantener siempre una actividad periódica mínima en la cuenta, para posicionar la presencia en la red social. Hay que considerar que se tiene que evitar escribir más de una vez el mismo comentario, salvo tener un objetivo promocional, ya que se produciría spam.
11. Se recomienda que el seguimiento a otros usuarios se realice de forma racional, basado en cuentas de organizaciones sanitarias y profesionales de prestigio. Cuando se tratan de cuentas estrictamente profesionales o institucionales, no se recomienda un seguimiento masivo puesto que la recepción de información de baja calidad puede generar pérdida de la eficacia de la cuenta.
12. Se recomienda que todo el material científico que se publique en abierto en la red se haga bajo licencia *Creative Commons Attributions 4.0*, per-

mitiendo así la difusión de éste pero sin perder el crédito de la autoría.

Bibliografía

1. AMA. Opinion 9.124 - Professionalism in the Use of Social Media. [En línea] AMA [Consultado enero de 2014] <http://www.ama-assn.org/ama/pub/physician-resources/medical-ethics/code-medical-ethics/opinion9124.page>
2. Ryan, Mark. Guiding Principles for Physician Use of Social Media. Rochester, Mayo Clinic Center for Social Media, 2012 [En línea] social-media.mayoclinic.org [Consultado enero de 2014] <http://social-media.mayoclinic.org/2012/03/13/guiding-principles-for-physician-use-of-social-media/>
3. Fuentelsaz C, Juárez JC, Labrador M, Madrid A, Puyal C, Tórtola MT (Grup de Treball 2.0. Comissió d'informació Biomèdica. Recomanacions d'utilització de les Xarxes Socials per a un ús professional 2012. Direcció de Processos i Qualitat. Hospital Universitari Vall d'Hebron. Barcelona.
4. Pharmaceutical Society of Ireland (PSI): Guidance for Pharmacists on the use of Digital and Social Media [En línea] PSI [Consultado enero de 2014] <http://bit.ly/HHQmgo>
5. SOCIAL MEDIA and the PHARMACY PROFESSION A practical guide to online professionalism for pharmacists and pharmacy students. [En línea] (Pharmaceutical Society of New Zealand) [Consultado enero de 2014] http://www.pharmacycouncil.org.nz/cms_show_download.php?id=317
6. ASHP Statment on Use of Social Media by Pharmacy Professionals. Am J Health-Syst Pharm 2012;69:2095-7. [En línea] ASHP.org [Consultado enero de 2014] <http://www.ashp.org/DocLibrary/BestPractices/AutoITStSocialMedia.aspx>
7. Royal Pharmaceutical Society. Top Social Media Best Practice Tips for Pharmacists (UK Pharmacists) [En línea] [rpharms.com](http://www.rpharms.com/support-pdfs/top-social-media-tips-for-pharmacists.pdf) [Consultado enero de 2014] <http://www.rpharms.com/support-pdfs/top-social-media-tips-for-pharmacists.pdf>
8. Ley orgánica 15/1999, del 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal BOE núm. 298, de 14 de diciembre.
9. Creative Commons Attributions 4.0. [En línea] [creativecommons.org](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) [Consultado enero de 2014] <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>