



Catalán-Matamoros, D.J., Peñafiel-Saiz, C. (2017). The use of traditional media for public communication about medicines: A systematic review of characteristics and outcomes. *Health Communication, in press.*

Introducción

- Búsqueda continua para soluciones ante problemas de salud
- Los sanitarios ofrecen información densa y compleja sobre aspectos fisiológicos de los medicamentos (Kish-Doto et al., 2014)
- No se informa sobre necesidades del paciente como por ejemplo el efecto de los medicamentos y el impacto de estos sobre sus vidas (Montagne, 2001)

Búsqueda de información sobre medicamentos

- Varias fuentes de donde escoger
- Los medios de comunicación son la primera fuente de información por delante de los profesionales de la salud (Song et al., 2016)

Efectos de los medios de comunicación

- La cantidad y el tipo de información en los medios pueden cambiar creencias, actitudes y cambio de conductas (Fishman & Casarett, 2006)
- En pacientes, público general, profesionales de la salud, y responsables de los servicios de salud (Weeks & Strudsholm, 2008)

Investigación sobre medicamentos y medios de comunicación

- Es importante analizar cómo los medios de comunicación presentan los medicamentos
- Numerosas investigaciones en la última década
- Relación entre los medicamentos y los medios
- Tipos de medicamentos, tipos de medios, tono, temas asociados, etc.

Estudios similares

- Una revisión previa: Gollust, LoRusso, Nagler, & Fowler (2016)
- Únicamente analizaron las noticias en los medios sobre la vacuna del VPH en Estados Unidos, entre 2006 y 2011.
- Nuestra revisión amplía la muestra a cualquier medicamento y regiones del Mundo.

Objetivo

Realizar una revisión sistemática para identificar y sintetizar la investigación la comunicación pública de medicamentos por los medios

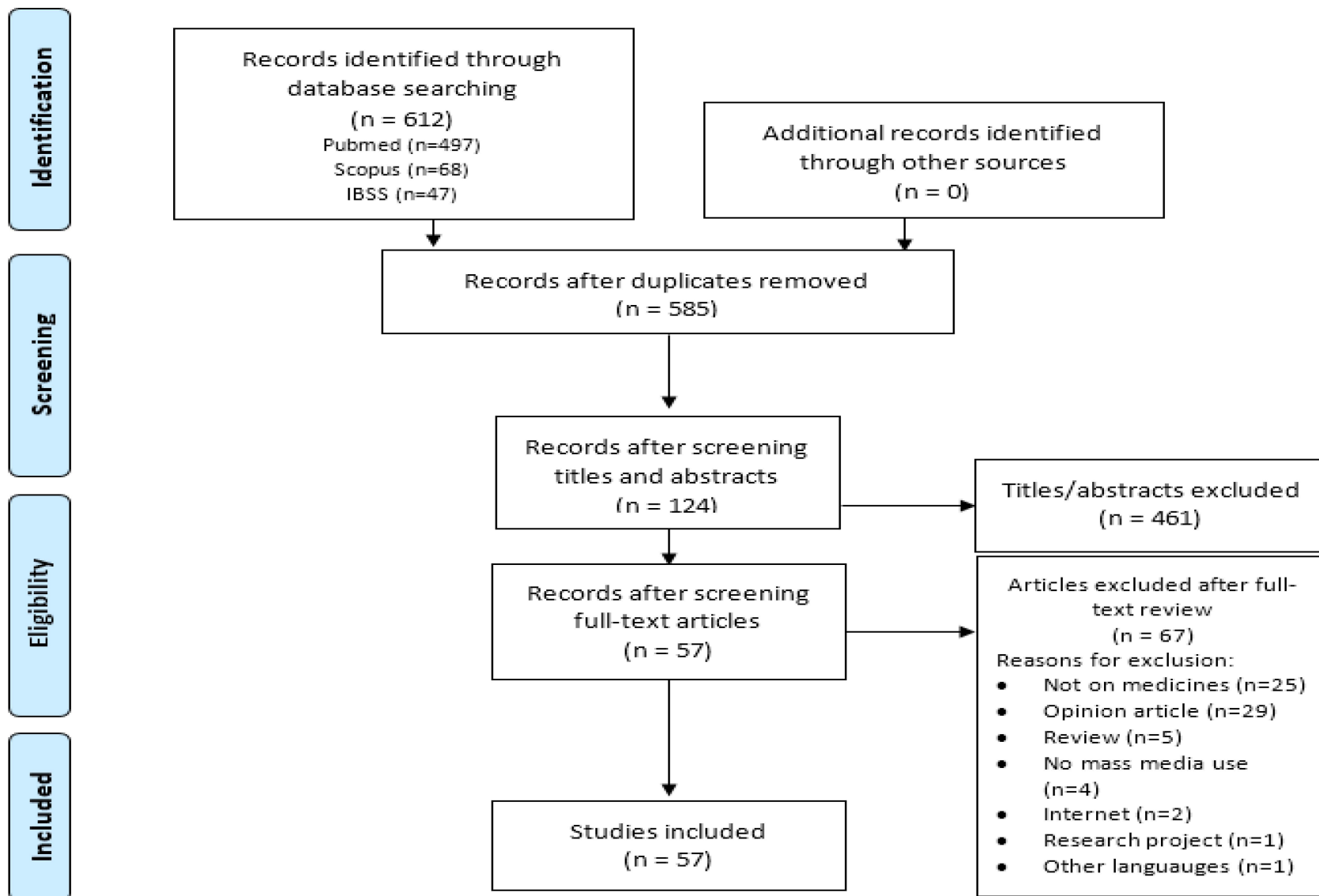
Método

- Bases de datos:
 - Pubmed
 - Scopus
 - International Bibliography of Social Sciences (IBSS)
- Términos de búsqueda:
 - Sobre medios de comunicación (televisión, radio, prensa, etc.)
 - Sobre medicamentos (pastillas, prescripción, medicación, etc.)

Método

- Filtros:
 - Periodo 1 enero 2007 – 1 enero 2017
 - Artículos en inglés
- Criterios de inclusión
 - Describir la comunicación pública de medicamentos a través de medios tradicionales (tv, radio, prensa, etc.)
 - Analizar medicamentos (antibióticos, vacunas, etc.)
 - Análisis cuantitativo o cualitativo de los datos

Figure 1. Prisma flow diagram



Codificación

- Variables:
 - País
 - Tipo de medio
 - Tema principal
 - Tipo de medicamento
 - Objetivos
 - Diseño
 - Evaluación
 - Tamaño muestral
 - Resultados principales
 - Conclusiones principales
 - Evaluación de la calidad

Resultados

Tipo de medio de comunicación

- Periódicos y otros tipos de prensa (n = 42)
- Televisión (n = 9)
- Radio y combinación de medios (n = 6).

Periódicos y otros tipos de prensa

- “Periódicos” fue el tipo de medio más analizado (n = 24)
- 12 estudios analizaron periódicos de EEUU
- 13 estudios en otros países occidentales (Reino Unido, Canadá y Australia)
- Otros países (Panamá, India y China)

Periódicos y otros tipos de prensa

- Tipos de temas en periódicos:
 - Medicamentos, ej. vacunas (n = 18)
 - Administración (n = 4)
 - Publicidad (n = 1)
 - Campañas de concienciación (n = 1)

Tipos de metodologías de investigación

- Análisis de contenidos (n = 31)
- Estudios control (RCT) (n = 7)
- Encuestas (n = 4)
- Grupos focales (n = 1)

Periódicos y otros tipos de prensa

- Efectos
 - Positivos, sobre todo en educación para la salud
 - Debilidades:
 - La información publicada no responde a las necesidades de información de los consumidores (St. John, Pitts, & Tufts, 2010)
 - Las noticias dan mucha cobertura a la industria farmacéutica, y poco a los consumidores (Hartley & Coleman, 2008)
 - Carencias en la Información técnica sobre el medicamento (Jaspal & Nerlich, 2016).
 - Resaltaron la necesidad de fomentar la colaboración entre científicos, profesionales de la salud y periodistas.

Periódicos y otros tipos de prensa

- Efectos

- La prensa presenta una escasa cobertura de las publicaciones científicas
- Se han detectado cambios de conductas en el público:
 - La vacunación aumentó después de una campaña mediática (Meyer et al., 2016)
 - Aumento de la confianza sobre vacunación infantil en madres a través de folletos informativos (Klein et al., 2009)
 - Uso de apegos emocionales son efectivos para vender medicación a mujeres (Mongiovi et al., 2016)

Television

- Solo 16% (n = 9) de todos los estudios analizaron tv
- Todos fueron desarrollados en EEUU
- La mayoría consistían en análisis de la publicidad
- La metodología de investigación más usada fueron encuestas (n = 4), seguida de análisis de contenido (n = 3) y estudio control (n = 2)
- Mostraron efectos positivos en el público

Radio y combinación de medios

- Un estudio describió una campaña en radio para promover un uso apropiado de medicamentos
- Se desarrolló en Australia y mejoró el uso apropiado en un 6% (ThuyTrinh et al., 2011)
- Cinco estudios describieron el uso combinado de medios

Discusión

- Pocas publicaciones en países de bajos ingresos
 - De los 57 estudios, 47 se desarrollaron en EEUU
 - Limitaciones en realización de estudios, escritura científica (Muula, 2008)
- Dominancia de análisis sobre periódicos
 - Sólo un estudio analizó una campaña en radio y muy pocos sobre tv
 - No refleja el consumo real de medios de comunicación

Recomendaciones

- Realizar análisis de medios en países de bajos ingresos debido a una pobre regulación de la comunicación pública de medicamentos
- Además de los análisis en periódicos, se debe analizar otros medios para conocer su cobertura sobre medicamentos (tv, radio, cine, etc.)
- Más estudios controlado y aleatorizados para conocer los efectos de los medios sobre el uso de medicamentos
- Revisión de estudios que analicen las redes sociales y otros medios digitales