

En qué se fijan los internautas para seleccionar páginas web sanitarias

Gilberto Llinás, José J. Mira, Virtudes Pérez-Jover y Olga Tomás

Departamento de Psicología de la Salud. Universidad Miguel Hernández. Elche. Alicante. España.

Investigación financiada por el Fondo de Investigaciones Sanitarias (FIS) (referencia 03/0369). Durante la realización de este estudio se ha dispuesto de una Ayuda a Grupos de Investigación, Dirección General de Investigación y Transferencia Tecnológica, Generalitat Valenciana (referencia: 05/030). Parte de estos resultados han sido presentados como comunicación oral en el XXIII Congreso de la Sociedad Española de Calidad Asistencial, celebrado en Cádiz, en octubre de 2005. La comunicación fue elegida para ser presentada en la mesa de "mejores comunicaciones".

Correspondencia: Dr. J.J. Mira.

Dpto. de Psicología de la Salud. Edif. Torrepinet. Campus de Elche.

Avda. de la Universidad, s/n. 03202 Elche. Alicante. España.

Correo electrónico: jose.mira@umh.es

Resumen

Objetivo: Determinar cuáles son las características que más valoran los internautas de una página web sanitaria.

Material y método: Estudio observacional descriptivo en el que 225 internautas que cursaban estudios universitarios buscaron información en la Red sobre 2 enfermedades y una técnica terapéutica. Tras visitar sitios web respondieron, en una escala de 0 a 10, a 2 preguntas para identificar qué elementos o características de los sitios web los hacen más creíbles.

Resultados: Los elementos más valorados fueron: uso de un lenguaje técnico (media, 7,8; coeficiente de variación, 0,2), no abusar de tecnicismos (media, 7,1; coeficiente de variación, 0,2), sencillez para navegar (media, 8,4; coeficiente de variación, 0,1), velocidad (media, 8,4; coeficiente de variación, 0,2), estructura cuidada (media, 8,0; coeficiente de variación, 0,1), información completa (media, 8,5; coeficiente de variación, 0,1) y que respondiera a lo que se buscaba (media, 8,4; coeficiente de variación, 0,1). La credibilidad depende de: actualización de la información (media, 8,3; coeficiente de variación, 0,2), prestigio del autor (media, 8,1; coeficiente de variación, 0,2) y apoyo bibliográfico (media, 7,9; coeficiente de variación, 0,2).

Conclusiones: A la hora de diseñar una página web se incrementa la posibilidad de que los internautas prefieran una página (y confíen más en ella) si, tras acceder a ella con rapidez y navegar con facilidad, comprueban que está actualizada, que la información es completa y precisa, está presentada de forma visualmente atractiva y utiliza un lenguaje sencillo y comprensible.

Palabras clave: Internet. Páginas web. Credibilidad.

Abstract

Objective: To determine which are the most valued characteristics for Internet sanitary web pages users.

Material and methods: Observational descriptive study in which 225 Internet users (all university students) looked for information in the Network regarding two pathologies and one therapeutic technique. After visiting websites, they answered to two questions, in a scale from 0 to 10, to identify what websites elements or characteristics make them more credible.

Results: The most valued elements were: use of technical language (average: 7.8; variation coefficient: 0.2), not to overuse technical terms (average: 7.1; variation coefficient: 0.2), simplicity to sail (average: 8.4; variation coefficient: 0.1), speed (average: 8.4; variation coefficient: 0.2), cared for structure (average: 8.0; variation coefficient: 0.1), complete information (average: 8.5; variation coefficient: 0.1) and also that it answer to what was looked for (average: 8.4; variation coefficient: 0.1). The credibility depends on: updating information (average: 8.3; variation coefficient: 0.2), author prestige (average: 8.1; variation coefficient: 0.2) and bibliographical support (average: 7.9; variation coefficient: 0.2).

Conclusions: When designing a website, it increases the possibility that the Internet users prefer a page (and they trust more in it) if, after going to it with rapidity and sailing with facility, they verify that is brought up to date, that the information is completed and precise, is visually attractive presented, and utilizes an understandable and simple language.

Key words: Internet. Web pages. Credibility.

Introducción

El incremento del número de páginas web sanitarias y de internautas que las visitan es continuado y ha consolidado, sin ninguna duda, Internet como medio de información y educación sanitaria. En España, el Estudio General de Medios¹ confirma que 1 de cada 3 españoles utiliza Internet y cifra en 11.968.000 el número de internautas, con un incremento del 22% en sólo un año. Por su parte, datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) sugieren que un 19,6% de las consultas en

Internet que se efectúan en España son sobre temas de salud², reflejando que el número de los denominados *e-patients*³ en nuestro país aumenta sin descanso.

Este fenómeno, similar al que se observa en otros países^{4,5}, afecta al modo en el que interactúan médicos y pacientes. Por un lado, porque abre nuevas posibilidades para la educación sanitaria al incrementar el acceso a la información; segundo, porque permite responder, de forma sencilla, rápida y económica, a las inquietudes de un buen número de pacientes; y, tercero, porque posibilita un ejercicio responsable de esa mayor autonomía⁶.

Los estudios sobre la calidad de la información sanitaria en Internet se han centrado, sobre todo, en establecer criterios para evaluar la calidad de los portales web⁷ y definir códigos de "buenas prácticas"⁸⁻¹⁶; analizar la fiabilidad (grado en que los contenidos de los portales o de las páginas sanitarias se corresponden con los conocimientos y evidencias científicas)¹⁷⁻¹⁹, y, en menor proporción, analizar qué características de una página hacen que tenga mayor credibilidad entre los internautas (grado en que los internautas confían o creen que la información de los portales o páginas sanitarias se corresponde con los conocimientos y evidencias científicas).

Por lo que sabemos hasta ahora, los portales web con una apariencia creíble no necesariamente son del todo fiables²⁰. Eysenbach y Köhler²¹, mediante entrevistas y grupos focales, han delimitado algunos de los criterios en los que se basan los internautas para considerar una página web creíble. Así por ejemplo, la fuente (fundamentalmente, que las páginas fuesen de autoridades sanitarias), la apariencia "profesional" del portal, un lenguaje comprensible aunque técnico, que se citen referencias científicas y, aunque menos importantes, aspectos de accesibilidad y la facilidad de uso (como mapa del sitio, gran capacidad de búsqueda, interfaz rápida y posibilidad de ponerse en contacto a través de correo electrónico con el responsable de la página web) se han citado como elementos de una página web que incrementan su credibilidad entre los internautas.

El objetivo de este estudio es determinar cuáles son las características de una página web que más valoran los internautas y que hacen que se fijen en ella más que en otra.

Material y método

Estudio observacional descriptivo para determinar los factores que más influyen en la credibilidad de los sitios web sanitarios.

Con este objetivo, se pidió a un grupo de internautas que buscaran información en la Red sobre 2 enfermedades (leucomalacia periventricular y artritis reumatoide) y una técnica terapéutica (hemodiálisis). Tras visitar las diversas páginas que encontraron mediante buscadores, completaron un cuestionario en el que puntuaban de 0 a 10 la importancia que tenía la presencia de una serie de elementos o aspectos para que consideraran un portal más creíble.

Sujetos

La muestra contó con jóvenes universitarios (de enseñanzas experimentales, técnicas y sociales) al considerar que se trata de un colectivo familiarizado con Internet. Se excluyó a los estudiantes de disciplinas sanitarias al considerar que su formación y, por tanto, sus conocimientos, serían un importante sesgo en los resultados. Participaron en el estudio de forma voluntaria 225 sujetos (112 varones y 113 mujeres) de edad media $21,1 \pm 2,1$ años. Al finalizar, los sujetos recibieron una gratificación de 6 euros por su colaboración.

Procedimiento

En el mes de mayo de 2004 se invitó a los sujetos experimentales, a través de carteles publicitarios, para que participaran en el estudio. El trabajo se completó en aulas de informática en 2 jornadas de mañana y tarde separadas por un intervalo de una semana. Tras asignar al azar a cada sujeto a una de las 2 enfermedades o a la técnica terapéutica, se les pidió que buscaran durante unos 35 min información en la Red. A continuación procedieron a contestar a un cuestionario para valorar qué afecta a la credibilidad (lo que a su juicio más influye a la hora de determinar la credibilidad de una página web con información sanitaria).

Material

En el cuestionario sobre credibilidad de los sitios web sanitarios se incluían 2 preguntas. En la primera pregunta los sujetos valoraron de 0 (nada) a 10 (mucho) la importancia que tenían 42 elementos o características habituales de las páginas web (aquellos que pueden hacer que un internauta considere un portal sanitario más creíble que otro). Estos elementos se agrupaban en 3 apartados: lenguaje, formato e información. En la segunda pregunta, se les pedía que puntuaran de 0 (nada) a 10 (mucho) en qué se fijaban en su caso, sobre todo, para decir que un portal era más creíble que otro.

El listado de elementos a valorar fue elaborado a partir de la revisión de estudios previos, una prueba piloto y por consenso del equipo investigador. Previamente al estudio se realizaron varias pruebas para conocer el tiempo que se requería y valorar el grado de comprensión de las preguntas y la coherencia de su agrupación.

Análisis estadístico de los datos

El análisis estadístico de las variables cuantitativas se ha efectuado a través de análisis de tipo descriptivo. Para analizar las diferencias de sexo en los diferentes ítems del cuestionario se ha recurrido a la *t* de Student para muestras independientes. El nivel de significación considerado se ha calculado para 2 colas para un intervalo de confianza del 95%.

Resultados

El 67% (150) de los encuestados recurría a Internet como herramienta para buscar información médica. Los motivos fueron principalmente la curiosidad por temas de salud (61,5%), seguido por enfermedad propia y/o de amigos o familiares (38,5%). De los internautas que habían consultado información médica, 123 (un 73,7%) declararon que les había sido fácil encontrar dicha información; a 127 (80,4%) les había aclarado bastante, 19 (12,0%) reconocieron que no fue del todo correcta y tan sólo a 12 (7,6%) de los internautas no les fue útil.

Los buscadores más utilizados habitualmente por los encuestados fueron: *Google* (64%), *Yahoo* (11%), *Terra* (7%) y *Altavista* (5%). El número medio de páginas detectadas a tra-

vés de estos buscadores fue de 92 (leucomalacia: los internautas visitaron en total 300 páginas, 90 de ellas, diferentes; artritis: 346 páginas visitadas, 84 diferentes; hemodiálisis: 325 páginas visitadas, 103 diferentes). Un 48,6% de los que buscaban información sobre hemodiálisis localizó más de 25 páginas; sobre leucomalacia, un 53,4%; y sobre artritis, un 68%. El tiempo medio de navegación en cada página fue de 6,7 min.

En la tabla 1 se recogen las puntuaciones en la primera pregunta formulada a los internautas. Así, con respecto al lenguaje, los elementos más valorados fueron el uso de un lenguaje técnico pero claro (media, 7,8; coeficiente de varia-

ción [CV], 0,2) y no abusar de tecnicismos (media, 7,1; CV, 0,2). Con respecto al formato, primó la sencillez para navegar (media, 8,4; CV, 0,1), la velocidad de la carga de la página (media, 8,4; CV, 0,2) y que el sitio web presentara una estructura cuidada (media, 8,0; CV, 0,1). En el caso de la información, se valoraba el hecho de que ésta se considerara completa (media, 8,5; CV, 0,1), respondiera a lo que se buscaba (media, 8,4; CV, 0,1), y la información más relevante apareciera resaltada (media, 8,0; CV, 0,2).

Los principales aspectos a los que más se prestaba atención para determinar la credibilidad de una página web sani-

Tabla 1. Qué valoran los internautas de una página web sanitaria

	Media	Desviación típica	Coeficiente de variación
LENGUAJE			
Lenguaje técnico pero claro	7,8	1,6	0,2
No se abuse de tecnicismos	7,1	2,0	0,2
Existencia de un esquema introductorio	6,9	2,0	0,2
No se hable en primera persona	6,1	2,5	0,4
Lenguaje científico	5,4	2,1	0,4
FORMATO			
Sencillez para navegar	8,4	1,5	0,1
Velocidad de la navegación ^a	8,4	1,8	0,2
Estructura cuidada	8,0	1,4	0,1
Que funcionen los <i>links</i>	7,7	2,0	0,2
Fotos	7,7	2,0	0,2
Facilidades para las descargas	7,6	2,0	0,2
Que aparezcan imágenes	7,6	1,9	0,2
Que sea agradable a la vista	7,4	1,9	0,2
Apariencia profesional	7,2	1,7	0,2
<i>Links</i>	7,2	1,9	0,2
Existencia de esquemas	7,2	1,8	0,2
Diseño agradable	7,2	1,9	0,2
Inexistencia de publicidad	7,1	2,9	0,4
Presentación de la página	7,1	2,0	0,2
Mapa del sitio web	6,1	2,2	0,3
<i>Banners</i> que no distraigan	5,0	3,3	0,6
Colores llamativos	4,6	2,5	0,5
Animación	4,5	2,6	0,5
Existencia de chat	4,0	2,7	0,6
<i>Banners</i> que entretengan	2,5	2,7	1,0
INFORMACIÓN			
Información que sea completa	8,5	1,5	0,1
Información valiosa	8,4	1,4	0,1
Resalte la información más relevante	8,0	1,7	0,2
Información necesaria	8,0	1,7	0,2
Información precisa	7,8	1,7	0,2
Buena accesibilidad de la página	7,8	1,6	0,2
Coherencia entre apartados ^a	7,8	1,6	0,2
Interese el tema	7,6	1,8	0,2
Información no repetitiva	7,4	2,2	0,3
Información entretenida	7,2	3,7	0,5

Tabla 1. Qué valoran los internautas de una página web sanitaria (continuación)

	Media	Desviación típica	Coefficiente de variación
Que existan ejemplos	7,1	2,0	0,2
Apartado buscar información adicional	7,1	1,9	0,2
Cita de casos reales relacionados	6,7	2,3	0,3
Existencia de gráficos y tablas	6,5	2,3	0,3
Que haya muchos datos	6,4	2,2	0,3
Testimonios de pacientes	6,1	2,7	0,4
Que incluyan datos estadísticos	6,0	2,3	0,3
MÁS APRECIADOS PARA DETERMINAR CREDIBILIDAD			
Información actualizada	8,3	1,6	0,2
Información avalada por organismos competentes	8,1	1,8	0,2
Información apoyada en bibliografía	7,9	1,9	0,2
Que sea página de un organismo oficial	7,5	2,1	0,2
Figuren las fuentes de información	7,5	2,0	0,2
Información para completar información	7,2	1,8	0,2
Respaldo de fuente experta	7,2	2,1	0,3
Que conste fecha de las actualizaciones	7,2	2,2	0,3
Enlaces a otras fuentes documentales	7,0	1,9	0,2
Enlaces a artículos científicos	6,4	2,2	0,3
Enlaces a bases de datos	6,2	2,2	0,3
Nombre del autor/es	5,6	2,9	0,5
Correo electrónico para consultas	5,0	2,6	0,5
Precio de la página	4,7	3,3	0,7

^aDiferencias significativas entre varones y mujeres

taria (pregunta 2) fueron (tabla 1): que la información estuviera actualizada (media, 8,3; CV, 0,2), estuviera avalada por organismos o personas competentes en la materia (media, 8,1; CV, 0,2) y que estuviera apoyada en bibliografía (media, 7,9; CV, 0,2).

Los elementos que menos valoraron los internautas cuando visitaban las páginas (puntuaciones medias inferiores a 5) fueron: que la web dispusiera de chat (media, 4,0; CV, 0,6), animación (media, 4,5; CV, 0,5) y que se presentara con colores llamativos (media, 4,6; CV, 0,5) o *banners* (media, 2,5; CV, 1,0). También el hecho de que hubiera que pagar un precio por visitar la página (media, 4,7; CV, 0,7).

Varones y mujeres puntuaron de forma semejante dichos elementos, apreciándose tan sólo que las mujeres dieron mayor importancia a la velocidad de navegación (media de varones, 8,1; media de mujeres, 8,7; $t = -2,636$; $p = 0,009$), y la coherencia entre apartados (media de varones, 7,50; media de mujeres, 8,1; $t = -2,818$; $p = 0,005$).

Discusión

Los resultados de nuestro estudio permiten determinar cuáles son las características de una página web sanitaria que más valoran los internautas y hacen que se fijen en

unas más que en otras (al menos estos internautas que, por el hecho de cursar estudios superiores, están más familiarizados con estas tecnologías y recurren a buscadores con cierta frecuencia). Así, los internautas confieren mayor credibilidad a las páginas de organismos oficiales o que están avaladas por organismos competentes, o fuentes expertas, y las que están apoyadas en bibliografía. Es importante que conste la fecha de actualización de la página, y que ésta se haya actualizado recientemente. La información que presenta la página debe ser completa y precisa, destacándose la más relevante, ilustrada con ejemplos y presentada de forma que sea entretenida y visualmente atractiva (con imágenes o fotos). El lenguaje empleado debe ser técnico pero claro y no se debe utilizar excesivos tecnicismos que dificulten la comprensión de la página. Finalmente, la navegación a través de la página debe ser sencilla y a una velocidad adecuada (carga en menos de 10 s), y los enlaces deben funcionar correctamente.

Los factores menos valorados por los internautas cuando visitan una página web sanitaria y que hacen que salten rápidamente a otra son: que se presente con colores llamativos o con *banners* o animaciones, que disponga de chat y que haya que pagar por acceder. Tampoco aparece muy valorado que exista una dirección de correo electrónico para atender las consultas de los que la visitan.

Si comparamos los resultados de nuestro estudio con otros trabajos que valoran las páginas web sanitarias, observamos bastantes puntos en común. Pealer y Dorman²², en 1997, establecieron 4 criterios para la evaluación de las web sanitarias: contenido (actualidad, precisión, referencias, legibilidad), autor (credencial, objetividad), propósito (informar o persuadir) y estética de la página (estilo, fuentes, gráficos, estratificación de la información). Dos años después, Kim et al²³, tras efectuar una búsqueda en la Red y llevar a cabo una revisión detallada de revistas médicas, identificaron 165 criterios para evaluar la información relacionada con la salud que se presenta en los sitios web. Agruparon tales criterios en 12 categorías, de las que las más importantes son las relacionadas con el contenido de las páginas, su diseño y estética y la información sobre sus autores; seguidas por la veracidad de la información (fiabilidad), la autoridad de la fuente, facilidad de uso y accesibilidad y disponibilidad de la página. La categoría diseño y estética (distribución, interactividad, presentación, atractivo, gráficos, uso de medios) se relacionaría con los siguientes elementos de nuestra encuesta: diseño agradable, estructura cuidada, agradable a la vista, presentación de la página, existencia de gráficos y tablas, fotos e imágenes (todos ellos con puntuaciones medias superiores a 6,5) y con la existencia de animación, elemento que fue poco valorado por nuestros internautas (4,5). La categoría revelación de los autores o promotores se relacionaría con el elemento nombre del autor/es. La actualización de la información coincide con el elemento información actualizada, el más valorado en nuestro estudio a la hora de determinar la credibilidad de una página web, y también con que se ponga la fecha de las actualizaciones. La categoría autoridad de la fuente se relaciona con que la información esté avalada por organismos competentes, segundo más valorado para determinar la credibilidad de una página sanitaria, y también con que sea la página de un organismo oficial o esté respaldada por una fuente experta, ambas con puntuaciones medias superiores a 7,2. La categoría facilidad de uso (usabilidad, navegabilidad) se relacionaría con los dos elementos más valorados en el formato de una página: la sencillez para navegar y la velocidad de la navegación; también con las facilidades para las descargas y con el mapa del sitio web, que fue el elemento menos valorado por los internautas (puntuación media, 6,1). Accesibilidad y disponibilidad (facilidad de acceso, pago por acceso) coinciden con buena accesibilidad de la página y con otro elemento que fue el peor valorado por los internautas a la hora de determinar la credibilidad de una página: el precio. La categoría *links* (calidad de los *links*, *links* a otras fuentes) se corresponde con los siguientes elementos de nuestra encuesta: existencia de *links*, *links* que funcionen, y enlaces a otras fuentes, artículos científicos y bases de datos, todos ellos con puntuaciones medias superiores a 6,2. La dirección de contacto se corresponde con otro elemento que fue poco valorado por los encuestados, la existencia de correo electrónico para consultas. Finalmente, la categoría contenido del sitio web (calidad, fiabilidad, exactitud) se podría relacionar con el hecho de que la información que presenta la página sea completa, valiosa, necesaria y precisa, los elementos más valorados del apartado información.

Kunst et al²⁰ determinan la credibilidad de una página web sanitaria sobre la base de 3 parámetros: la fuente de la información médica (nombre del autor/es), la fecha del documento y de las actualizaciones (que especifique la fecha de las actualizaciones) y la validez de la información, que se relacionaría con que la información sea completa, valiosa, necesaria, avalada por organismos competentes y apoyada en bibliografía. Todos estos elementos obtuvieron puntuaciones medias superiores a 7, salvo el nombre del autor/es (5,6).

Recientemente, Curro et al²⁴ han establecido una metodología de evaluación de la calidad de las páginas web sanitarias para no profesionales. En ella se puntúa una serie de ítems que, a su vez, se agrupan en 3 secciones: contenidos médicos (adherencia de la página al patrón de referencia, presencia de referencias, actualización), responsabilidad (nombre del autor y cargo, presencia o no de patrocinador, certificación por autoridad competente) y facilidades de uso (correo electrónico del autor, estética de la página, facilidad de uso). Así se observan coincidencias de algunos de los ítems con los elementos identificados en este estudio: referencias (información apoyada en bibliografía), fecha de creación o de la última actualización (que conste la fecha de las actualizaciones) y estética (diseño agradable, agradable a la vista, fotos e imágenes, presentación de la página), todos ellos con puntuaciones medias superiores a 7. Menos valorados por los internautas fueron los elementos que se corresponden con los ítems nombre del autor y correo electrónico para información adicional.

El trabajo de Eysenbach y Köhler²¹ describe ciertos marcadores de credibilidad que ninguno de los estudios anteriormente citados contempla y que los internautas han valorado de forma importante en nuestro estudio: el hecho de que las páginas web médicas deberían utilizar un lenguaje sencillo y comprensible, sin excesiva terminología profesional. Otras similitudes se observan en las siguientes categorías: que los contenidos estén actualizados, que la fuente sea una institución pública o publicación científica y que sea página web oficial de una organización o asociación (ocupan los lugares primero, segundo y cuarto entre los más valorados a la hora de determinar la credibilidad de una página). Finalmente se observan coincidencias en las categorías apariencia profesional y diseño agradable.

En resumen, parece que a la hora de diseñar una página web la posibilidad de que los internautas prefieran una página se incrementa si, tras acceder a ella con rapidez y navegar con facilidad, comprueban que ha sido actualizada recientemente y que la información que presenta es completa y precisa, está presentada de forma visualmente atractiva y utiliza un lenguaje sencillo y comprensible.

Al interpretar estos datos, hay que considerar que una limitación de este estudio proviene del hecho de que se hayan seleccionado universitarios para determinar cuáles son las características que hacen que una página web sea más creíble. No se trata de una muestra que represente a la totalidad de la población, pero es un colectivo homogéneo y que se encuentra familiarizado con el uso de Internet y, *a priori*, son quienes más recurren a este medio. Por otro lado, la estructura familiar en España es robusta, y nietos e hijos buscan in-

formación en Internet para familiares, y estos colectivos son proclives a ello.

No cabe duda del dinamismo de Internet y, probablemente, lo que hoy son elementos comunes de las páginas web en unos pocos meses puede haber cambiado, por moda, cambios tecnológicos o demandas de los propios internautas. Este hecho podría afectar a los resultados, aunque cabe suponer que los elementos identificados en este estudio delimitan los factores que hacen que un internauta se fie más de una página que de otra.

Ahora bien, este estudio realizado con una muestra de internautas españoles viene a coincidir con los resultados de otros estudios realizados con internautas de otros países y subraya 3 aspectos. Primero, que las páginas web son muy visitadas y que un importante porcentaje de personas recurre a ellas para informarse. Unido a esto, que no se necesita conexión a Internet propia (ya sea en casa o en el trabajo) para acceder a esta información, ya que amigos, vecinos o parientes (en este caso, hijos o nietos) con acceso a la Red pueden (y de hecho lo hacen) facilitar estas informaciones. Segundo, que el tiempo que se dedica a cada sitio web, una vez localizado por alguno de los buscadores, es muy corto y que en ese breve espacio de tiempo se decide si continuar leyendo y "fiarse" de lo que se dice allí. Tercero, que en la credibilidad de una página en Internet intervienen cuestiones de estructura del sitio web, de facilidades de navegación y del lenguaje con que está escrita la página.

Agradecimientos

David Rodríguez, Mercedes Guilabert y Esther Heredia, estudiantes de último curso de Psicología de la UMH, han contribuido con su dedicación y esfuerzo a que los datos pudieran recogerse.

Bibliografía

1. Estudio General de Medios (EGM). Audiencia de Internet: octubre - noviembre de 2004 [citado 31 Ene 2005]. Disponible en: <http://www.aimc.es/>
2. Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en las viviendas. Datos preliminares. Segundo trimestre de 2003. Nota de prensa. Instituto Nacional de Estadística (INE) [citado 2 Feb 2005]. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np1203.htm>
3. Ferguson T, Frydman G. The first generation of e-patients. *BMJ*. 2004;328:1148-9.
4. Fox S, Fallows D. Internet Health Resources. Pew Internet & American Life Project, July 16, 2003 [citado 2 Feb 2005]. Disponible en: <http://www.pewinternet.org>
5. Eysenbach G. The impact of the Internet on cancer outcomes. *CA Cancer J Clin*. 2003;53:356-71 [revista electrónica] [citado 2 Feb 2005]. Disponible en: <http://caonline.amcancersoc.org/cgi/content/full/53/6/356>
6. Lester J, Prady S, Finegan Y, et al. Learning from e-patients at Massachusetts General Hospital. *BMJ*. 2004;328:1188-90.
7. Risk A, Petersen C. Health information on the Internet. Quality issues and international initiatives. *JAMA*. 2002;287:2713-5.
8. Eysenbach G. Consumer health informatics. *BMJ*. 2000;320:1713-6.
9. American Medical Association. An International Code of Ethics for the Internet in Health. American College of Preventive Medicine [citado 10 Jun 2005]. Disponible en: <http://www.ama-assn.org/ama/pub/category/1905.html>
10. Web Médica Acreditada del Colegio Oficial de Médicos de Barcelona [citado 10 Jun 2005]. Disponible en: <http://wma.comb.es>
11. Mayer MA, Leis A, Ruiz P. Navegando por Internet: los sellos de calidad y la web semántica pueden ser un camino para encontrar el oro que reluce. *Aten Primaria*. 2004;34:383.
12. Proyecto Webs Médicas de Calidad en lengua española [citado 10 Jun 2005]. Disponible en: <http://www.pwmc.org/index.htm>
13. e-Europe 2002: Quality Criteria for Health related Websites. Policy Paper. *J Med Internet Res*. 2002;4:e15 [citado 2 Feb 2005]. Disponible en: <http://www.jmir.org/2002/3/e15/#ref1>
14. HON Code of Conduct (HONcode) for medical and health Web sites [citado 10 Jun 2005]. Disponible en: <http://www.hon.ch/HONCode/Conduct.html>
15. Internet Health Coalition [citado 10 Jun 2005]. Disponible en: <http://www.ihealthcoalition.org/ethics/spanish-code.html>
16. Health Information Technology Institute [citado 10 Jun 2005]. Disponible en: <http://hitiweb.mittek.org/docs/criteria.html>
17. Impicciatore P, Pandolfini C, Casella N, et al. Reliability of health information for the public on the world wide web: systematic survey of advice on managing fever in children at home. *BMJ*. 1997;314:1875-9.
18. Fallis D, Fricke M. Indicators of accuracy of consumer health information on the Internet: a study of indicators relating to information for managing fever in children in the home. *J Am Med Inform Assoc*. 2002;9:73-9.
19. Griffiths K, Christensen H. Quality of web based information on treatment of depression: cross sectional survey. *BMJ*. 2000;321:1511-5.
20. Kunst H, Groot D, Latthe P, et al. Accuracy of information on apparently credible websites: survey of five common health topics. *BMJ*. 2002;324:581-2.
21. Eysenbach G, Köhler CH. How do consumers search for and appraise health information on the world wide web? Qualitative study using focus groups, usability tests, and in-depth interviews. *BMJ*. 2002;324:573-7.
22. Pealer LN, Dorman SM. Evaluating health-related Web sites. *J Sch Health*. 1997;67:232-5.
23. Kim P, Eng TR, Deering MJ, et al. Published criteria for evaluating health related web sites: review. *BMJ*. 1999;318: 647-9.
24. Curro V, Buonuono PS, Onesimo R, et al. A quality evaluation methodology of health web-pages for non-professionals. *Med Inform Internet Med*. 2004;29:95-107.