



# POSICIONAMIENTO Y CALIDAD EN WEBS VINCULADAS A LA PSICOLOGÍA DE LA OBESIDAD

## POSITIONING AND QUALITY OF THE WEBS LINKED TO THE PSYCHOLOGY OF OBESITY

---

### **Andrea Arroyo-Fernández**

*Facultad de ciencias de la salud de Universidad Isabel I*  
*andrea.arroyo.fernandez@ui1.es*  
*ORCID: 0000-0003-1098-5977*

### **María Ascensión Blanco-Fernández, PhD.**

*Departamento de Psicología de la Facultad*  
*de Ciencias Biomédicas de la Universidad Europea de Madrid*  
*ascension.blanco@universidadeuropea.es*  
*ORCID: 0000-0003-3764-6932*

### **María Piedad Morata Verdugo.**

*Unidad de Obesidad, Hospital Virgen del Mar ( Sanitas).*  
*mpmorata.pex@sanitas.es*  
*ORCID: 0009-0006-6162-8434*

### **María del Carmen Díaz**

*Instituto de investigación Sanitaria Valdecilla (IDIVAL).*  
*maricarmendiaz.dn@gmail.com*  
*ORCID: 0009-0009-6807-1255*

### **Gina Lladó Jordan**

*Instituto de Investigación Sanitaria de Valdecilla (IDIVAL)*  
*gina.llado@idival.org*  
*ORCID: 0000-0003-3794-7970*

### **Autor para la correspondencia:**

Gina Lladó-Jordan: [gina.llado@idival.org](mailto:gina.llado@idival.org),  
teléfono+34609314155. Dirección postal: s/n, Calle Cardenal Herrera Oria, Edificio  
IDIVAL, planta 3. 39011, Santander, Cantabria, España.

## Resumen

**Marco Teórico:** La obesidad presenta una prevalencia en constante crecimiento enfatizando necesidad de actuar con responsabilidad y conciencia social. Internet ha transformado el papel del usuario dotándole de un papel activo en la gestión de su salud y destacando la importancia de acceder a un contenido de calidad. **Objetivos:** El objetivo principal fue estudiar la calidad y posicionamiento de las páginas Web vinculadas a la psicología de la obesidad y a subtemas asociados, tales como: hambre emocional, percepción corporal positiva e intervención psicológica. **Método:** Se realizaron búsquedas de recursos Web en Google Chrome® mediante palabras clave. Después de aplicar los criterios de inclusión y exclusión, se incluyeron 99 recursos. Se analizó el posicionamiento de PageRank y la calidad de la información mediante DISCERN test. **Resultados:** El posicionamiento de los recursos fue medio, y la calidad moderada. La mayoría de recursos no contemplaban la psicología como abordaje terapéutico. **Conclusiones:** Los recursos analizados, indican que el usuario dispone de páginas moderadamente bien posicionadas con contenido de aceptable calidad pero insuficiente en cuanto al abordaje de la patología. Es urgente aumentar la visibilidad de la psicología en esta condición.

**Palabras clave:** 'Obesidad'; 'Medicina de la Conducta'; 'Internet'; 'Regulación Emocional'; 'Estilo de Vida'.

## Abstract

**Introduction:** Obesity presents a constantly growing prevalence emphasizing the need to act with responsibility and social awareness. The Internet has transformed the role of the user, giving them an active role in managing their health and highlighting the importance of accessing to quality content. **Objectives:** The main objective was to study the quality and positioning of Web pages linked to the psychology of obesity and associated subtopics, such as: emotional eating, body positive and psychological intervention. **Methodology:** Web resource searches were performed in Google Chrome® using keywords. After applying the inclusion and exclusion criteria, 99 resources were included in the study. PageRank positioning and quality of the information were analyzed using the DISCERN test. **Results:** The positioning of the resources was medium, and the quality was moderate. Most resources did not consider psychology in the therapeutic approach. **Conclusions:** The analyzed resources reveal that the user has moderately well-positioned pages with content of acceptable quality but insufficient in terms of addressing the pathology. It is urgent to increase the visibility of psychology in the approach of this condition.

**Keywords:** 'Obesity'; 'Psychology'; 'Internet Use'; 'Emotional Regulation'; 'Healthy Lifestyle'.

## Introducción

La obesidad es considerada un grave problema de salud mundial, alcanzando cifras pandémicas de prevalencia en constante crecimiento. Todo ello pone en relieve la necesidad de actuar con responsabilidad y conciencia social para combatir estos niveles epidémicos. Sin embargo, rara vez se estudia la dinámica de propagación de la obesidad entre personas. Algo que es característico de esta epidemia impulsada por un proceso de contagio social que se ha visto incrementado por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (Huang et al., 2016).

Por otro lado, a pesar de existir un requerimiento global, no son socialmente conocidos los mecanismos que sostienen y mantienen la obesidad. Así, esta enfermedad suele ser comúnmente observada desde una óptica física y estigmatizada, contemplando a las personas con obesidad como personas dejadas, que no cuidan su alimentación y que no realizan ejercicio físico, sin ir más allá y sin tener en cuenta la esfera social, psicológica y la afectación integral (Tejera & Bellido, 2022).

De forma tradicional, el manejo de la obesidad se ha basado en cambios en el estilo de vida. No obstante, teniendo en cuenta que la obesidad se define como una acumulación de exceso de masa grasa corporal, cuyo origen es multicausal y multifactorial y de carácter crónico (Sørensen et al., 2022), es importante destacar que, en esta condición, existen asociadas una serie de comorbilidades y alteraciones que ejercen un efecto perjudicial para la salud. Entre estas alteraciones hallamos: comorbilidades físicas y/o alteraciones fisiológicas y, también, consecuencias y factores de tipo social (Díaz-Méndez et al., 2022), psicológico y emocional (Arroyo Fernández, 2021).

Por lo anteriormente mencionado, la obesidad no debe ser considerada como una simple cuestión de peso. No deben centrarse los esfuerzos terapéuticos únicamente en la pérdida de peso puesto que éste va a estar determinado por multitud de factores interrelacionados donde todos, en mayor o menor medida, juegan un papel en el manejo y éxito terapéutico (Arroyo Fernández, 2021).

La realidad es que la obesidad también se vincula a la esfera psicológica, muy influenciada

por las vivencias en sociedad (Leroux et al., 2013), y la literatura científica arroja un amplio abanico de aspectos psicológicos relacionados, tales como: insatisfacción corporal, baja autoestima, mayor riesgo de psicopatología como trastornos depresivos y trastornos de ansiedad, así como alteraciones de la conducta alimentaria, comer emocional o adicción a la comida (Tamayo Lopera & Restrepo, 2014).

El estigma relacionado con el peso es un aspecto clave en la experiencia que viven las personas con obesidad y afecta negativamente en su salud mental, convirtiéndolos además en un grupo de riesgo de exclusión social (De Domingo Bartolomé & López Guzmán, 2014; Ringel & Ditto, 2019; Puhl et al., 2020; Fruh et al., 2021).

Por lo anteriormente mencionado, parece imposible no incluir a la psicología dentro del abordaje de esta condición. Su inclusión es fundamental, tanto que, en los casos en los que el abordaje no incluye a esta disciplina, puede no llegarse al éxito de la intervención, causando desmotivación, abandono, falta de adherencia e incluso culpa. Por otro lado, el fracaso ante la consecución de los objetivos, puede facilitar que algunos pacientes se empoderen y quieran buscar alternativas para conseguir sus metas y, en muchas ocasiones, esta actitud proactiva les lleva al uso de Internet como herramienta de consulta y de búsqueda de alternativas terapéuticas (Cline, 2001; Broom, 2005; Kummervold et al., 2008; Kreps & Neuhauser, 2010).

En la actualidad es muy habitual trabajar con las tecnologías de la información y la comunicación. Internet es una herramienta tecnológica, de uso social y con un crecimiento exponencial que ha ocasionado cambios importantes en la adquisición de conocimientos en el mundo científico-sanitario (Tejera & Bellido, 2022). Pese a que se trata de una herramienta de gran utilidad y que, como se ha mencionado, tiene un uso generalizado por parte de los pacientes desde hace más de una década, la calidad de la información vinculada a la salud es extremadamente variable (Storino et al., 2016; McMullan et al., 2019). El uso de internet como herramienta para vehicular información sobre la salud y temas relacionados con la obesidad y los trastornos alimentarios, ha crecido de forma notable en los últimos años. Pese a que no se dispone de información específica sobre los comportamientos de los ciber-usuarios, sí que se

conoce la falta de procedimientos de regulación que de manera precisa puedan garantizar una calidad de la información que contiene esta red. (Hernández-Morante, 2015). Internet, en todos los campos de la salud, es una herramienta de uso extendido para compartir conocimientos médicos y su uso incrementa (Young et al., 2014). Por ello, la calidad de la información, debe ser analizada y controlada, ya que juega un papel crucial en la promoción de la salud y en la toma de decisiones asociadas.

La información de contenido sanitario que hay en Internet ha cambiado la relación con el paciente (McMullan, 2006; McMullan et al., 2019). Por un lado, resulta un medio incuestionable en la recopilación y distribución de la información de contenido sanitario. Por otro lado, emergen dudas en cuanto a su veracidad y control de calidad. Existen multitud de oportunidades para manejar información sobre salud, sin embargo, resulta un reto pendiente la dificultad de encontrar que dicha información resulte de calidad o con estándares que certifiquen veracidad (Conesa-Fuentes et al., 2013). Esta falta de control puede malinformar a los pacientes que quieren ser autónomos en su toma de decisiones, haciendo que tomen estas decisiones en base a información inadecuada, pudiendo llegar a generar desconfianza con profesional que les atiende (McMullan, 2006). Incluso de temas específicos relacionados con la obesidad como es la opción terapéutica más adecuada en cuanto al tipo de cirugía bariátrica adecuada a cada caso, se ha visto que necesita de una mejora en la educación pública y en la calidad de la información que se dispone en Internet (Barajas-Gamboa et al., 2020).

La falta de revisiones por pares u otras actividades sistemáticas de regulación centradas en controlar la calidad de la información existente en Internet, incrementa el riesgo de que la sociedad esté malinformada. Por ello, es urgente analizar el nivel de calidad de la información proporcionada en determinados sitios Web, en este caso, aquellos que están relacionados con la obesidad y/o los aspectos psicológicos asociados a esta condición (Yeap & Slack-Smith, 2013).

El objetivo general fue estudiar la calidad de la información principal y el posicionamiento de las páginas Web vinculadas a la obesidad, a la psicología de la obesidad, y a subtemas asociados a este campo de estudio como hambre emocional,

percepción corporal positiva e intervención psicológica.

El objetivo secundario y específico fue conocer cuántos de los recursos estudiados incluían a la psicología como uno de los tratamientos que debe formar parte del abordaje multidisciplinar de la obesidad.

## Método

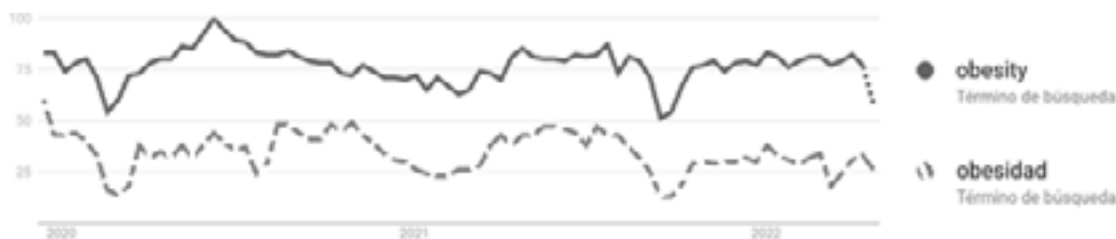
### *Estrategia de búsqueda en Google mediante palabras clave*

Se realizaron tres búsquedas diferenciadas. Dos en Google Trends® y otra en Google Crome®. Se seleccionaron las palabras clave mediante los resultados de la búsqueda exploratoria inicial en Google Trends®. Así, se utilizaron, como palabras clave para las siguientes búsquedas, los términos más populares asociados a la obesidad o a la psicología de la obesidad: «obesidad», «psicología de la obesidad», «hambre emocional», y . A partir de aquí, se tuvieron en cuenta dichos términos como palabras clave a considerar, y se procedió al uso de las mismas para iniciar los distintos procesos de búsqueda. Al tratarse de búsquedas simples, éstas se realizaron únicamente con el uso aislado de cada una de las palabras clave, realizando una búsqueda con cada palabra, sin añadir operadores booleanos u otros términos en la búsqueda.

Cabe destacar que no se utilizaron términos en español para puesto que eran términos poco utilizados ya que, en España y Latinoamérica, esta tendencia también se identifica bajo estos términos en inglés.

En abril de 2022 se realizó la doble búsqueda en Google Trends® (<https://trends.google.com/trends/?geo=ES>). La primera búsqueda, como se ha mencionado con anterioridad, se ejecutó con el fin de seleccionar las palabras clave y, a su vez, conocer si estas palabras populares suscitaban mayor o menor interés en comparación con las búsquedas realizadas por los usuarios antes de la pandemia por COVID-19. En ese sentido no se observaron diferencias destacables sobre el número de búsquedas realizadas por los usuarios antes y durante la pandemia por COVID-19. Así se confirmó que los temas seguían siendo populares y tenían una tendencia estable en el tiempo.

**Figura 1.** Comparación entre obesidad y obesity en Google Trends® en abril de 2022.



Fuente: adaptado de Google Trends

En una segunda búsqueda en Google Trends®, se compararon las palabras clave en inglés y español con el fin de conocer si las tendencias eran parecidas en ambos idiomas. En ese sentido se confirmó que las palabras en inglés eran más populares en las búsquedas pero que seguían tendencias muy parecidas a las palabras clave en español (Figura 1). Por lo anteriormente mencionado, las palabras clave utilizadas eran adecuadas para la búsqueda posterior en Google Chrome® y el desarrollo del estudio de calidad, contenido y posicionamiento. Todas las búsquedas y comparaciones realizadas en Google Trends® se ejecutaron mediante ‘término de búsqueda’ no mediante

cumplían uno de estos formatos: videos, noticias, anuncios, diccionarios, infografías, presentaciones (ya fueran en formato «.pdf» o «.ppt»), sitios de acceso restringido y foros. Tampoco se incluyeron los recursos sin PageRank(PR) asignado o sin acceso a PR. Así, finalmente, se excluyeron 41 recursos y se incluyeron un total de 99 recursos en el estudio.

### Análisis de posicionamiento de los recursos incluidos

Mediante la herramienta de wmtips (<https://www.wmtips.com/tools/pagerank-checker/>) se estudió el posicionamiento de cada uno de los 99 sitios Web finalmente incluidos. La información fue introducida en una base de datos de Excel para su posterior orden y análisis. Se ordenaron los datos en base a su PR siendo 0 la puntuación más baja y 10 la más alta y, por lo tanto, el mejor posicionamiento.

Se establecieron 4 rangos de posicionamiento (bajo, medio, alto y muy alto). Así, la clasificación fue la siguiente: de 0 a 2,9 bajo; de 3 a 5,9 medio; de 6 a 8 alto; de 8,1 a 10 muy alto (rangos establecidos en de wmtips). Posteriormente se procedió a analizar la media de posicionamiento (MedPR) y la desviación estándar (SD) para cada una de las 7 búsquedas realizadas con las palabras clave. Después de comprobar que la distribución de las variables no era normal, las medias fueron comparadas mediante la prueba de Kruskal-Wallis (método no paramétrico) trabajando con la variable numérica PR y una variable categórica política (búsqueda).

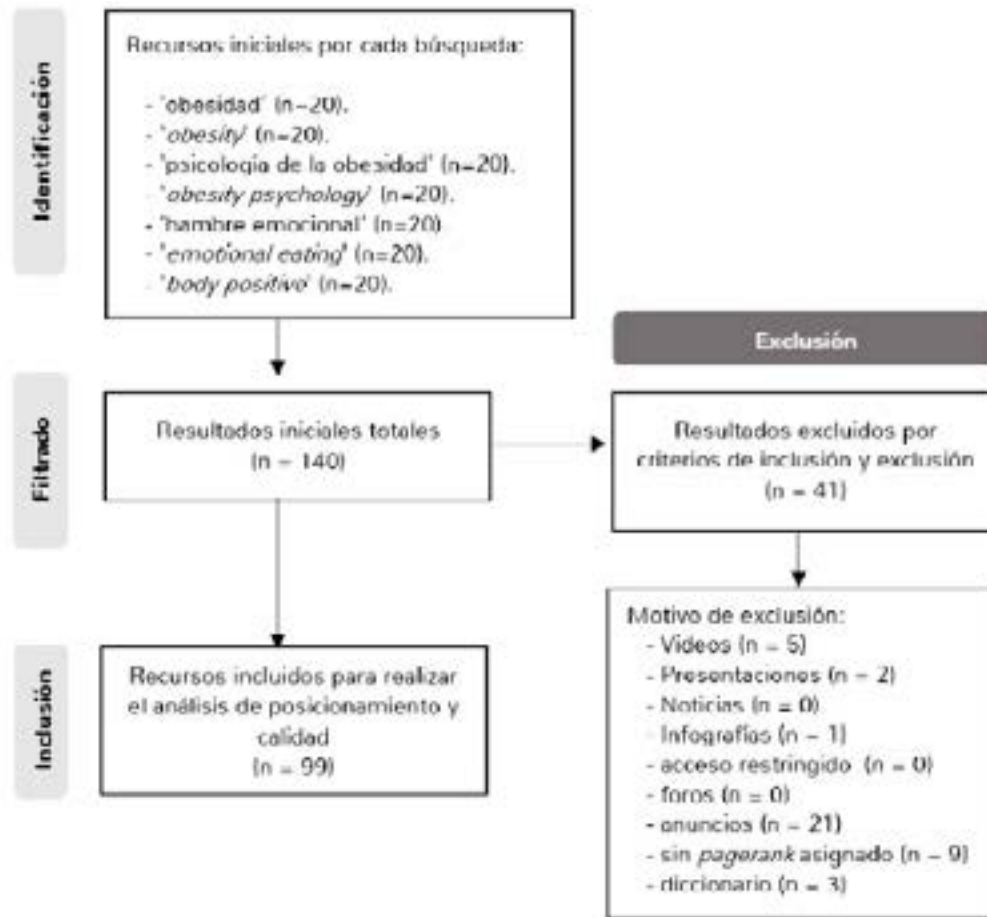
Posteriormente, en mayo de 2022, se realizó una búsqueda en español e inglés en el navegador Google Chrome® (<http://www.google.es>), método de búsqueda justificado por otros autores en artículos anteriores de análisis de contenido Web de carácter sanitario (Yeap & Slack-Smith, 2013; Kuter et al., 2021; Venosa et al., 2021; Zuidema et al., 2021)2013; Zuidema et al., 2021).

### Selección de los recursos y filtrado

Para el trabajo fueron seleccionados 140 recursos, los 20 primeros resultados de cada una de las búsquedas en Google Chrome®, número utilizado en otros estudios anteriores de la misma tipología (Kim et al., 1999; González-Soltero et al., 2015).

Posteriormente se realizó un filtrado en base a criterios de inclusión y exclusión. Se incluyeron sitios Web de servicios sanitarios; blogs vinculados a la alimentación, la psicología y salud; sitios Web de clínicas y centros médicos; y sitios Web vinculados a artículos de carácter científico (Figura 2). Se excluyeron aquellos recursos que

Figura 2.



### Análisis de calidad de la información de los recursos incluidos

Para estudiar la calidad de la información que contenían los recursos incluidos, se utilizó (Charnock et al., 1999), un test ampliamente utilizado en estudios anteriores sobre análisis de contenido Web de carácter sanitario (McCool et al., 2015; Oman et al., 2021; Zuidema et al., 2021).

Este test se compone de 16 ítems valorados con una escala continua de tipo Likert que va del 1 (deficiencias graves) a 5 (deficiencias mínimas), donde 1=definitivamente NO y 5=definitivamente Sí, dando una puntuación total entre 16 y 80 puntos. Cualquier calificación entre 1-5 (como 2, 3 o 4) indica que algunos de los elementos evaluados se presentan en cierta medida, pero no con una existencia o inexistencia total.

Esta prueba se divide en tres dimensiones

principales, confiabilidad, calidad e información enfocada en las opciones de tratamiento. La dimensión de confiabilidad se compone de 8 preguntas para concluir si el recurso puede ser aceptado como sitio de información fiable. Puede alcanzar una puntuación máxima de 40 puntos en esta primera parte. Por otro lado, la información sobre el tratamiento, se compone de 7 preguntas, pudiendo alcanzar una puntuación máxima de 35, finalmente la calidad general contempla una única pregunta sumando un máximo de 5 puntos (Charnock et al., 1999).

La valoración de los ítems y la puntuación de cada uno de ellos fueron otorgadas por dos profesionales en paralelo (primero y último autor del artículo), ambas personas, profesionales sanitarias vinculadas al campo de la psicología de la alimentación.

Después de calificar todas las preguntas de



cada una de las dimensiones, se procedió a la clasificación final mediante la puntuación total de cada Web. Posteriormente se clasificaron en tres grupos categóricos: baja calidad (puntuación entre 15-30); calidad moderada (puntuación entre 31-74), y calidad alta (75 puntos o mayor) (Char-nock et al., 1999).

En caso de discrepancia en la puntuación final (en la puesta en común de las puntuaciones finales categóricas), el segundo autor, también profesional sanitario vinculado a la psicología de la alimentación, actuó como tercer revisor decidiendo la puntuación final del caso discordante y asignando la categoría pertinente.

Por último, se procedió a analizar la media de calidad (MedC) y la SD para cada una de las 7 búsquedas. Después de comprobar que la distribución de las variables tampoco era normal, las medias fueron comparadas mediante la prueba de Kruskal-Wallis trabajando con una variable numérica 'puntuaciones DISCERN' y una variable categórica politómica (búsqueda).

### Análisis de relación entre posicionamiento y calidad

Para realizar el análisis de relación entre el posicionamiento y la calidad, se utilizaron los valores de posicionamiento previamente categorizados (bajo, medio, alto y muy alto). Por otro lado, se utilizaron las categorías de calidad de (baja

calidad, calidad moderada y alta calidad). Para la realización del análisis se utilizó la prueba de  $\chi^2$  utilizando la prueba exacta de Fisher cuando las frecuencias teóricas incluyeron frecuencias inferiores a 5, o cuando las sumas marginales del conjunto de datos eran muy desiguales.

El análisis se realizó utilizando el paquete de software estadístico Stata v.15 de 2017 (Stata-Corp LLC, Texas, USA).

### Revisión de los tratamientos descritos en las páginas de obesidad

El último análisis se centró en la revisión de los tratamientos que incluían las páginas centradas en obesidad. El objetivo fue conocer si la opción de intervención psicológica se contemplaba como tratamiento en este tipo de recursos. Para ello se revisaron los recursos resultantes de las búsquedas 'obesidad' y clasificándose tratamientos en función de si se contemplaba la intervención psicológica como tratamiento o si esta opción no se nombraba.

## Resultados

### Resultados de posicionamiento de los recursos incluidos

Del total de 99 resultados incluidos, 12 fueron

Tabla 1.

Resultado por búsqueda	Posicionamiento				Calidad según DISCERN			
	n	MedPR	SD		n	MedC	SD	
Hambre emocional	12	4,13	2,61	<0,001	12	21,69	10,38	<0,001
	15	5,03	2,43		15	43,03	12,99	
	13	3,70	1,88		13	35,86	5,36	
Obesidad	16	4,63	1,49		16	52,52	11,93	
Obesity	16	5,21	2,61		16	50,17	14,58	
Psicología de la obesidad	14	4,82	2,63		14	53,40	9,85	
	13	3,51	1,83		13	53,12	7,69	
Resultado global	n	MedPR	SD		n	MedC	SD	
Total de las búsquedas	99	4,73	0,13	<0,001	99	47,45	1,52	<0,001

Nota. n número de observaciones, MedPR Media de posicionamiento, SD Desviación estándar, MedC Media de calidad Resultados de posicionamiento y de calidad de los recursos Web en inglés y español incluidos en el estudio en mayo de 2022.

resultados asociados a la búsqueda de , 15 de , 13 de 'hambre emocional', 16 de 'obesidad', 16 de , 14 de y, finalmente, 13 de 'psicología de la obesidad'. En relación a su posicionamiento global (sumando todas las búsquedas), los recursos presentaron posicionamiento medio (MedPR=4,73, DT=0,13).

En relación a las medias por búsqueda, a continuación, se aportan las medias de PR (MedPR) y su DT según búsqueda. (MedPR = 4,13, DT=2,61); (MedPR = 5,03, DT=2,43); hambre emocional (MedPR = 3,70, DT=1,88); obesidad (MedPR = 4,63, DT=1,49); (MedPR = 5,21, DT=2,61); (MedPR = 4,82, DT=2,63); psicología de la obesidad (MedPR = 3,51, DT=1,83). La comparación de las medias mediante Kruskal-Wallis reveló diferencias claramente significativas en cuanto al posicionamiento según PR y la búsqueda () (Tabla 1).

### Resultados de calidad de los recursos incluidos

La calidad de los recursos en todas las búsquedas, aportó resultados de calidad moderada (MedC global = 47,45, DT=1,52). (MedC = 21,69, DT=10,38); (MedC = 43,03, DT=12,99); 'hambre emocional' (MedC = 35,86, DT=5,36); 'obesidad' (MedC = 52,52, DT=11,93); (MedC = 50,17, DT=14,58); (MedC = 53,40, DT=9,85); 'psicología de la obesidad' (MedC= 53,12, DT=7,69). La comparación de las medias mediante Kruskal-Wallis reveló claras diferencias significativas en cuanto a la calidad según y la búsqueda () (Tabla 1).

### Resultados de relación entre posicionamiento y calidad

El análisis de posicionamiento y calidad también reveló resultados significativos  $\chi$  Así, la mayoría de recursos analizados aportaron un posicionamiento medio y una calidad moderada a excepción de en el que su media de calidad era baja.

### Revisión de los tratamientos descritos en las páginas de obesidad

De los 32 recursos centrados en la obesi-

dad (resultantes de las búsquedas 'obesidad' y ) solamente el 31.25% (n=10 para recursos, n=4 para 'obesidad' y n=6 para ) contemplaron el tratamiento o la intervención psicológica como una opción terapéutica. El 100% de estos recursos aportaron resultados de calidad moderada según

### Discusión

En la actualidad, el uso y acceso a la información relacionada con la salud se ha visto modificado e incluso incrementado a través de la búsqueda de ayuda en páginas Web y Apps relacionadas con la salud (San Mauro Martín et al., 2014) y aplicaciones móviles en relación con la salud general y la salud mental (World Health Organization, 2011). A su vez, Internet ha transformado el papel del usuario o paciente, dotándole de un papel activo en la gestión de su propia salud (Corcelles et al., 2015). De este modo, los usuarios no usan de forma pasiva la información que obtienen a través de Internet, sino que, en ocasiones, toman decisiones basadas en esta información que influye en la búsqueda de ayuda y la elección de tratamiento (Meleo-Erwin et al., 2019).

Internet supone una de las fuentes principales de acceso a la información para las personas que desean perder peso (Bray et al., 2018). A nivel de toma de decisiones, en el caso de la obesidad, el uso de Internet afecta en la elección de tratamientos. Artículos como el de Paolino , revelan por ejemplo que el 25% toma la decisión de someterse a cirugía bariátrica basándose en lo que ha leído en Internet (Paolino et al., 2015). En esta misma línea, pese a que en otro campo de estudio, Kurup , destacan que la calidad de los sitios Web es vital ya que una gran proporción de pacientes revelan que la información que encuentran en línea influye en sus decisiones de tratamiento y que, por ejemplo, aproximadamente el 40% de los pacientes recurren a Internet antes de someterse a una cirugía (Kurup et al., 2013).

Con el fin de conocer la calidad de la información a la que acceden los usuarios de Internet interesados en aspectos vinculados a la obesidad o a la psicología de la obesidad, en el presente trabajo se ha llevado a cabo el análisis de 99 recursos. Es importante remarcar que, en relación a su posicionamiento, el posicionamiento de los recursos analizados fue generalmente medio. Por otro lado, la calidad de los recursos fue mayormente moderada, disminuyendo en el caso de los



recursos asociados. Del mismo modo que revelaron en su estudio González-Soltero, parte de los recursos fueron páginas Web de organismos oficiales con buenos niveles de posicionamiento (González-Soltero et al., 2015). En relación a los recursos su menor calidad podía ser esperable puesto que es una tendencia creciente en las redes sociales e Internet que busca desafiar los cánones y promover la aceptación y el aprecio de todos los cuerpos (Cohen et al., 2019; Rodgers et al., 2020) pero, la información que se aporta en estas Webs o perfiles, no suele acompañarse de evidencia científica.

Pese a lo mencionado en el caso de y, a diferencia de los contenidos relacionadas con la nutrición y los trastornos de la conducta alimentaria – TCA- (González-Soltero et al., 2015), los recursos asociados a la psicología de la obesidad y a la obesidad, analizados en el presente trabajo, indican que el usuario dispone de páginas moderadamente bien posicionadas que, además, aportan en general contenido de aceptable calidad y, generalmente, contrastado científicamente. Aspecto destacado en estudios anteriores (Lladó et al., 2017).

Pero, aun tratándose de contenido de calidad moderada, es importante destacar que la mayoría de recursos estudiados presentaron información incompleta en cuanto a los abordajes de la obesidad. En relación a los tratamientos, de los 32 recursos centrados en la obesidad solo el 31.25% mencionaban el abordaje psicológico como una opción terapéutica. Como revelan otros estudios (Perra et al., 2022), los recursos disponibles no siempre indicaban todos los tipos de tratamientos ni la importancia del abordaje multidisciplinar, prestándose, además, poca atención a los riesgos y beneficios de cada tratamiento y a los cambios en el estilo de vida.

De nuevo, la información de la que dispone el usuario en Internet, suele centrarse en un abordaje incompleto de la obesidad centrado en lo físico, dejando en segundo plano o incluso no contemplando la esfera social y psicológica. Este hallazgo, no estudiado por otros autores en artículos de este campo de estudio, es destacable por el impacto que puede tener en el éxito del tratamiento. Que la información a la que acceden los pacientes no contemple la intervención psicológica y que, incluso los profesionales sanitarios que generan, en ocasiones, el contenido de estas páginas de

consulta, no incorporen la figura del psicólogo en el abordaje de esta condición, podría incrementar la desconfianza ante la intervención psicológica en obesidad, más aun teniendo en cuenta el estigma existente en todo aquello que rodea a la salud mental y, más aún, vinculándolo a una condición que también está estigmatizada, como es la obesidad (Corrigan et al., 2014; Zweifel, 2021) y sobre la que se ejerce una gran presión social que afecta a nivel emocional.

Por otro lado, es vital enfatizar que, en esta era digital, la información vinculada a la salud también forma parte del proceso de prevención siendo urgente aumentar la visibilidad de la psicología también en la prevención de la enfermedad (Perra et al., 2022) y siendo crucial su acompañamiento tanto a nivel individual como comunitario.

El rápido crecimiento de las redes sociales es un desafío añadido para los profesionales de la salud y los pacientes que son, a su vez, consumidores. Ésto plantea la necesidad de identificar información de calidad para prevenir el uso de dietas rápidas y soluciones inmediatas y alternativas que se apoyen en los grupos sociales vulnerables más influenciados. Además una alfabetización en salud limitada, sumada a la estigmatización social y asociada con la insatisfacción de la atención médica recibida, debido a un abordaje ineficiente o con resultados no deseados, amplifica la magnitud y el impacto del problema pudiéndose reflejar de nuevo en el incremento de los casos de obesidad, en las recaídas o en el incremento de casos de TCA (Peter & Brosius, 2021).

Pese a que la calidad de la información médica se ha estado investigando a lo largo de décadas utilizando diversas herramientas de evaluación -DISCERN, JAMA, HON, Flesch-Kincaid, entre otras- (Venosa et al., 2021). Sigue siendo un procedimiento que no se repite en el tiempo, quedando los resultados desactualizados rápidamente con el incremento diario del número de recursos Web. Así, es urgente mejorar la calidad de los sitios Web de información de salud, mientras que paralelamente deben revisarse continuamente los contenidos disponibles realizándose estudios como el aportado en este trabajo.

En relación a lo anteriormente mencionado, pretender revisar los recursos de forma continuada seguramente sea utópico. Por ello

y, debido a que la herramienta DISCERN no se construyó únicamente para uso especializado de personal sanitario, quizá sería beneficioso protocolizar este test como lista de verificación para los administradores de sitios Web antes de diseñar plataformas de información de salud. Asimismo, es importante destacar que, para combatir la obesidad y ralentizar su incremento, es vital que las instituciones trabajen en conjunto para identificar y diseñar programas que sean realmente efectivos (Cammarano et al., 2022), y estos programas deberían incluir también el control de la información de acceso libre.

El presente trabajo no carece de limitaciones, no fue posible evaluar medios distintos a sitios Web, como figuras, películas y podcasts, ya que DISCERN es una herramienta que fue desarrollada específicamente para evaluar la calidad de los documentos escritos. Por otro lado, incluir recursos únicamente en inglés y español puede haber excluido otros sitios Web con puntajes potencialmente más altos disponibles en otros idiomas. A su vez, pese a que la metodología se siguió de forma rigurosa, puede existir un sesgo de selección, ya que no se revisaron la totalidad de resultados obtenidos con motivo de aplicar un criterio para seleccionarlos, cuyo resultado fue que acabaron revisándose finalmente un total de 99.

Finalmente, pese a las limitaciones mencionadas, el presente trabajo también presenta fortalezas. En primer lugar, después de revisar el estado del arte, este estudio es el primero en evaluar la calidad y de la información basada en recursos Web para los temas asociados a la psicología de la obesidad huyendo del abordaje clásico de esta condición. Los hallazgos de este estudio destacan una brecha sustancial en el reconocimiento del impacto social de esta enfermedad y un desconocimiento de la figura del psicólogo en el abordaje de esta condición dejando ver que, pese a que la calidad de la información se considere moderada, sigue siendo subóptima debido a las descripciones incompletas sobre el manejo y los factores que predisponen el padecimiento de la enfermedad. Así, el presente estudio, a su vez, visibiliza la importancia de la figura del psicólogo, haciendo constar que es urgente modificar el abordaje generalizado de la obesidad, centrado en lo físico y omitiendo los aspectos sociales y psicológicos asociados que pueden actuar como factores de riesgo, mantenedores o, incluso, cronificantes.

## Conclusiones

Tal y como refleja este estudio, el uso y acceso a la información de salud general y, en concreto, a lo relacionado con la obesidad o la psicología de la obesidad, se ha visto aumentado gracias al incremento masivo del uso de herramientas virtuales como las Apps, las páginas Web y otros medios de comunicación en línea. Así mismo, la instauración de todas estas herramientas en la vida cotidiana, ha transformado el rol de los usuarios, convirtiéndolos en protagonistas y agentes activos de la salud digital.

En este artículo se estudiaron los resultados de las búsquedas realizadas con las palabras clave: «obesidad», «obesity», «psicología de la obesidad», «obesity psychology», «hambre emocional», y . Pese a que en, general, los recursos presentaron un posicionamiento medio y, a su vez, una calidad moderada, el posicionamiento y la calidad disminuyeron en el caso de uno de los temas de búsqueda, el , por aportar, en muchas ocasiones, información sin aval científico.

La calidad y el posicionamiento se vio influenciado por el tipo de recurso analizado. Así, algunos de los recursos fueron páginas Web de organismos oficiales con buenos niveles de posicionamiento y contenido riguroso.

En relación a los tratamientos, aspecto ampliamente valorado por el instrumento de medición de calidad es importante destacar que la mayoría de los recursos Web que hacían referencia a tratamientos vinculados al abordaje de la obesidad, no contemplaban la importancia del abordaje multidisciplinar y la intervención psicológica. Así, es urgente visibilizar a la psicología y al acompañamiento psicológico como agente que forma parte del abordaje de esta condición con tan elevado impacto en la salud y la sociedad.

Finalmente, sigue siendo necesario realizar estudios de calidad y posicionamiento de forma periódica puesto que, el uso de Internet, está ampliamente extendido por parte de los usuarios. Estos usuarios, además, acuden a esta herramienta para informarse de aspectos de salud. Así, la información disponible, interviene en su toma de decisiones. Por consiguiente, una mala calidad o información no veraz o incompleta, puede impactar negativamente en su salud. Por lo contrario, asegurar una calidad de información óptima

y un buen posicionamiento de páginas rigurosas, podría favorecer la prevención de la enfermedad y la promoción de la salud.

## Financiación:

Este trabajo se ha realizado con financiación otorgada por la Fundación Instituto de Investigación Marqués de Valdecilla mediante el programa competitivo y autonómico de apoyo a proyectos de innovación «INN-VAL» dentro del proyecto con código «INNVAL19/10».

Destacar que el presente trabajo es un sub-estudio transversal y de carácter descriptivo y analítico que forma parte del proyecto INNVAL19/10, proyecto financiado mediante el Programa de Apoyo a la Innovación «INN-VAL», convocatoria de financiación competitiva de carácter autonómico de la Comunidad Autónoma de Cantabria. A su vez se trata de un proyecto que cuenta con la aprobación del Comité de ética de la investigación con medicamentos de Cantabria (CEIm de Cantabria) registrado con el Código interno: 2019.090.

## Conflicto de intereses

Los autores manifiestan que no existe ningún conflicto de interés.

## Total palabras texto:

6831 / 7000

## 5. Bibliografía

Arroyo Fernández, Andrea. (2021). Aspectos psicológicos y complicaciones mentales. En *Obesidad, una enfermedad crónica* (pp. 129-138). Editorial Médica Panamericana.

Barajas-Gamboa, J. S., Klingler, M., Landreneau, J., Strong, A., Al Zubaidi, A., Sharadgah, H., Del Gobbo, G. D., Abril, C., Kroh, M., & Corcelles, R. (2020). Quality of Information About Bariatric Surgery on the Internet: A Two-Continent Comparison of Website Content. *Obesity Surgery*, 30(5), 1736-1744. <https://doi.org/10.1007/s11695-019-04375-5>

[org/10.1007/s11695-019-04375-5](https://doi.org/10.1007/s11695-019-04375-5)

Beaunoyer E, Arsenault M, Lomanowska AM, Guitton MJ. (2017). Understanding online health information: Evaluation, tools, and strategies. 100(2), 183-189. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2016.08.028>.

Bray GA, Heisel WE, Afshin A, et al. (2018). The science of obesity management: An endocrine society scientific statement. 39(2), 79-132. <https://doi.org/doi:10.1210/er.2017-00253>

Cecilia Díaz-Méndez 1, Sonia Otero-Estévez 1, Sandra Sánchez-Sánchez. (2022). Are Spanish Surveys Ready to Detect the Social Factors of Obesity? 19(18), 11156.

Charnock D, Shepperd S, Needman G, Gann R. (1999). DISCERN: an instrument for judging the quality of written consumer health information on treatment choices. 53, 105-111.

Cline RJ, Haynes KM. (2001). Consumer health information seeking on the Internet: The state of the art. 16(6), 671-692.

Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2020). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. 29, 47-57. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>

Conesa-Fuentes, M. C., Aguinaga-Ontoso, E., & Hernandez-Morante, J. J. (2013). Evaluation of the quality of the general health information webpages in Spain: Influence of page source. *Informatics for Health and Social Care*, 38(4), 382-395. <https://doi.org/10.3109/17538157.2013.812645>

Corcelles R, Daigle CR, Talamas HR, Brethauer SA, Schauer PR. (2015). Assessment of the quality of Internet information on sleeve gastrectomy. 11(13), 539-544.

Eysenbach G, Köhler C. (2002). Does the internet harm health? Database of adverse events related to the internet has been set up. 324(7331), 239. <https://doi.org/10.1136/bmj.324.7331.239>

Gina Lladó, Rocío González-Soltero2, & y María José Blanco. (2017). Anorexia y bulimia nerviosas: Difusión virtual de la enfermedad como estilo

de vida. 34(3), 693-701.

González-Soltero R, Blanco MJ, Biscaia JM, Mohedano RB, Grille-Mariscal M, Blanco MA. (2015). Análisis del contenido, posicionamiento y calidad de páginas web en español relacionadas con la nutrición y los trastornos de la conducta alimentaria. 31(3), 1393-1400.

Hernández-Morante, J. J. (2015). Análisis de la calidad general y de la información contenida en páginas. 2, 606-615. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.32.2.9163>

Huang H, Yan Z, Chen Y, Liu F. (2016). A social contagious model of the obesity epidemic. *Sci Rep*, 28(6).

Janette S Leroux 1, Spencer Moore, Laurette Dubé. (2013). Beyond the «I» in the obesity epidemic: A review of social relational and network interventions on obesity. *J obes*, 2013.

Kim P, Eng TR, Deering MJ, Maxfield A. (1999). Published criteria for evaluating health related web sites: Review. 318(7184), 647-649.

Kreps GL, Neuhauser L. (2010). New directions in eHealth communication: Opportunities and challenges. 78(3), 329-336.

Kummervold PE, Chronaki CE, Lausen B, Prokosch H, Rasmussen J, Santana S, Staniszewski A, Wangberg SC. (2008). eHealth trends in Europe 2005-2007: A population-based survey. 10(4), e42.

Kurup V, Considine A, Hersey D, Dai F, Senior A, Silverman DG, et al. (2013). Role of the Internet as an information resource for surgical patients: A survey of 877 patients. 110((1\_suppl)).

M De Domingo Bartolomé, José López Guzmán. (2014). The social stigma of obesity. 25(84), 273-284.

McCool ME, Wahl J, Schlecht I, Apfelbacher C. (s. f.). Evaluating written patient information for Eczema in German: Comparing the reliability of two instruments, DISCERN and EQIP. *PLoS One*. 2015, 10(10), e0139895.

McMullan RD, Berle D, Arnáez S, Starcevic V.

(2019). The relationships between health anxiety, online health information seeking, and cyberchondria: Systematic review and meta-analysis. 15(245), 270-278.

Megan M Ringel 1, Peter H Ditto. (2019). The moralization of obesity. 237.

Meleo-Erwin Z, Basch C, Fera J, Ethan D, Garcia P. (2019). Readability of online patient-based information on bariatric surgery. 9(2), 156-160. <https://doi.org/10.15171/hpp.2019.22>

Oman SP, Zaver H, Waddle M, Corral JE. (2021). Quality and Readability of Web-Based Information for Patients With Pancreatic Cysts: DISCERN and Readability Test Analysis. 7(1), e25602.

Pagerank-checker. (s. f.). Pagerank-checker [Software]. <https://www.wmtips.com/tools/page-rank-checker/>

Paolino L, Genser L, Fritsch S, De' Angelis N, Azoulay D, Lazzati A. (2015). The web-surfing bariatric patient: The role of the internet in the decision-making process. 25(4), 738-743. <https://doi.org/10.1007/s11695-015-1578-x>

Perra, A., Preti, A., De Lorenzo, V., Nardi, A. E., & Carta, M. G. (2022). Quality of information of websites dedicated to obesity: A systematic search to promote high level of information for Internet users and professionals. 27(1), 1-9. <https://doi.org/10.1007/s40519-020-01089-x>

Rebecca M Puhl 1, Mary S Himmelstein 2, Rebecca L Pearl. (2020). Weight stigma as a psychosocial contributor to obesity. 75(2), 274-289.

Rodgers, R. F., Meyer, C., & McCaig, D. (2020). Characterizing a body positive online forum: Resistance and pursuit of appearance-ideals. 33, 199-206. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.005>

San Mauro Martín I, González Fernández M, Collado Yurrita L. (2014). Mobile applications for nutrition, dietetics and healthy habits; analysis and consequences of an increasing trend. 30(1), 15-24.

Sharon M Fruh, Rebecca J Graves , Caitlyn Hauff, Susan G Williams, Heather R Hall. (2021).

Weight Bias and Stigma: Impact on Health. 56(23), 479-493.

Storino, A; Castillo-Angeles, M; Ammara A Watkins, Christin Vargas, Joseph D Mancias, Andrea Bullock, Aram Demirjian, A James Moser, Tara S Kent. (2016). Assessing the Accuracy and Readability of Online Health Information for Patients With Pancreatic Cancer. 151(9), 831-837.

Tamayo Lopera, D, & Restrepo, Mauricio. (2019). Aspectos psicológicos de la obesidad en adultos. 6(1), 91-112.

Tan SS, Goonawardene N. (2017). Internet Health Information Seeking and the Patient-Physician Relationship: A Systematic Review. 19(1), e9.

Tejera Cristina, Bellido Diego. (2022). «Salud digital»: Tele-ejercicio en obesidad, ¿qué nos puede aportar? Nutrición Hospitalaria, 39(2), 245-246.

Thompson JK, Heinberg LJ. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? 55(2), 339-353. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00119>

Thorkild I A Sørensen 1 2, Andrea Rodriguez Martinez 3 4, Terese Sara Høj Jørgensen. (2022). Epidemiology of Obesity. 274, 3-27.

Virtually he@lthy: The impact of internet use on disease experience and the doctor-patient relationship. (2005). 15(3), 325-345.

World Health Organization. (2011). WHO Global Observatory for eHealth. MHealth: New horizons for health through mobile technologies: Based on the findings of the second global survey on eHealth.

Yeap CK, Slack-Smith LM. (2013). Internet information on child oral health and the first dental visit. 58, 278-282.

Young MT, Jafari MD, Gebhart A, Phelan MJ, Nguyen NT. (2014). A decade analysis of trends and outcomes of bariatric surgery in Medicare beneficiaries. 219(3), 480-488. <https://doi.org/10.1016/j.jamcollsurg.2014.04.010>

Zuidema WP, Graumans MJ, Oosterhuis JWA,

van der Steeg AFW, van Heurn E. (2021). The Quality of Web Sites' Health Information on Minimal Invasive Repair of Pectus Excavatum Using the DISCERN Instrument. 31(2), 157-165.