



European Pharmaceutical Law Group

“Las TIC en el sector farmacéutico” (II)

LA PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN ITDC (Información Terapéutica Directa al Ciudadano)

Madrid, 3 de noviembre de 2004

“Nuestra vida se está volviendo hoy día en un intercambio continuo de informaciones, que vivimos en un flujo continuo de datos. Ésta es la razón por la cual la protección de datos asume una importancia creciente, que la conduce cada vez más hacia el centro del sistema político-institucional” (Stefano Rodotà. Presidente de la 'Autorità per la Privacy'. Ex Presidente del Grupo de Trabajo de Autoridades Europeas de Protección de Datos).

En la industria farmacéutica

La información terapéutica “es aquélla que origina la industria farmacéutica, la supervisa la Administración y la transmite el médico mediante la prescripción y el farmacéutico con el consejo idóneo” (Manuel Amarilla). Sin embargo, la idea de la información terapéutica directa (ITDC) está revolucionando el sector puesto que supone acortar la cadena e informar directamente al ciudadano, y no sólo en las especialidades farmacéuticas publicitarias, sino también en los medicamentos de prescripción. Ahora bien, “informar” no “promocionar”.

El detonante de este cambio de estrategia por parte de la industria son las redes globales de comunicaciones y los grandes procesadores de almacenamiento y cruce lógico de datos, así como la creciente demanda de información que parte del ciudadano-paciente-consumidor de medicamentos y usuario.

La publicidad directa al ciudadano está prohibida para medicamentos de prescripción médica en toda la UE, sin embargo, en EEUU está permitida. La información, gracias a Internet, fluye de un lado al otro del Atlántico, lo cual acarrea y genera un movimiento sísmico económico y cultural importante. ¿La sociedad de la información ha regularse o autoregularse por normas internacionales, a pesar de la diversidad humana que existe? La respuesta ha de ser sí, y ya.

Pero, los laboratorios deben conocer al ciudadano al que se dirigen para establecer estrategias individualizadas de información. De esta forma las TIC no sólo permiten al ciudadano acceder a la información, sino que también permiten a las empresas acceder a la información personal de los ciudadanos.

Así, los ficheros que inscriben en el Registro General de Protección de Datos, ya denotan una organización empresarial dirigida y centralizada en la captura y manejo de datos personales, tanto de profesionales del sector salud, como de ciudadanos-pacientes-usuarios-consumidores, recursos humanos, proveedores, etc..

Las TIC son una fuente inagotable para obtener información de carácter personal. Saber de todos y cuanto más, mejor. Esa es la consigna y la oportunidad empresarial. Todo gira en torno a dos concepciones clásicas del ser humano: conocimiento y confianza. Conocer mediante el procesamiento y almacenamiento de información personal. Así, recogen datos en los cada vez más sitios web dedicados a la información, que no publicidad, terapéutica. También a través de call centers, formularios, promociones, etc. La confianza se crea a partir del

conocimiento del cliente-paciente-usuario-consumidor, cada uno, con su tratamiento jurídico diferente.

Por otra parte, las nuevas tecnologías permiten obtener productos de similares características no necesariamente iguales por lo que la vida de las patentes es más corta que hace unos años. Esto quiere decir, que la ventaja competitiva va a estar en los servicios que rodeen al producto: sitios webs con información directa, sistemas de fidelización, promociones, etc.

Así pues, una eficaz y estratégica gestión de la protección de la información personal será un valor añadido diferenciador del resto de la competencia. Cuidar mucho la fuga de datos, las cesiones, gestionar los consentimientos, los accesos, informar sobre la instalación de cookies y weblogs, cancelar los datos no pertinentes, garantizar la finalidad, compra de bases de datos con información personal, adquisiciones, fusiones...

En general, se trata de atender detalladamente todos los aspectos de la legislación en protección de datos y seguridad de la información, firma electrónica, LSSI y demás, creando garantías al ciudadano, generando confianza y negociando los datos. Los datos negociables en la estrategia de protección de datos personales son imprescindibles ante la avalancha e invasión que se nos avecina: marketing relacional, información por SMS, correos electrónicos, televisión digital, entre otros muchos. ¿Qué me ofrece la empresa a cambio de mis datos?, ahí se negociará el consentimiento a medida que los ciudadanos sientan la necesidad, que será en breve. No olvidemos que nos dirigimos hacia la medicina y medicamento personalizado.

Francisco Almodóvar. Resp. Protección de Datos de Eupharlaw