

Tecnologías 2.0 para la innovación y el desarrollo comunicacional en salud

Technologies 2.0 for innovation and communication development in health

Mauricio Esteban Álvarez Gómezcoello^{1*} <https://orcid.org/0000-0001-6108-1789>

¹ Universidad Católica de Cuenca. Facultad de Medicina. Cuenca. Ecuador

¹ Autor para correspondencia. Correo electrónico: malvarezg@ucacue.edu.ec

RESUMEN

Fundamento: las tecnologías 2.0 y las redes sociales son herramientas de comunicación que permiten a los usuarios compartir noticias; por lo que han tomado gran importancia para las autoridades sanitarias en Ecuador en temas de salud.

Objetivo: indagar sobre el plan de comunicación digital que divulgó el Ministerio de Salud Pública, a través de su cuenta en Facebook, para mantener a los ciudadanos informados sobre las medidas de bioseguridad contra la COVID-19 y su contribución a la educación en salud.

Métodos: se realizó una investigación con enfoque cualitativo en la página oficial de Facebook del Ministerio de Salud Pública del Ecuador durante los meses enero-julio de 2021. Se utilizaron métodos teóricos para la fundamentación de la investigación y empíricos: la

observación y la entrevista a profesionales relacionados con el rubro de la comunicación digital.

Resultados: la campaña #JuntosPorLaSalud fue desarrollada bajo un estilo de tipo informativo y de tono formal para la creación de contenidos con imágenes; además como protocolo de seguridad de la información se colocó la palabra FALSO, una marca de agua para mostrar el fraude y el mal uso interpretativo de los post en tiempos de pandemia; de esta manera mantuvo un margen institucional respetable y de credibilidad frente a los usuarios.

Conclusiones: el plan comunicacional digital divulgado en Facebook sirvió como un canalizador y altavoz de los mensajes emitidos por la institución; en todo momento se logró mantener a los usuarios informados sobre temas de prevención, bioseguridad y vacunas contra la COVID-19.

DeSC: proyectos de tecnologías de información y comunicación; administración de las tecnologías de la información; redes de comunicación de computadores; aplicaciones de la informática médica; educación médica.

ABSTRACT

Background: 2.0 technologies and social networks are communication tools that allow users to share news; therefore, they have taken on great importance on health issues for the health authorities in Ecuador.

Objective: to inquire about the digital communication plan published by the Ministry of Public Health, through its Facebook account, to keep citizens informed about biosecurity measures against COVID-19 and its contribution to health education.

Methods: an investigation with a qualitative approach was carried out on the official Facebook page of the Ministry of Public Health of Ecuador from January to July 2021. Theoretical methods were used to support the investigation and empirical ones: observation and interview with professionals related to the field of digital communication.

Results: the #JuntosPorLaSalud campaign was developed under an informative style and a formal tone for the creation of content with images; in addition, as an information security protocol, the word FALSE was placed, a watermark to show fraud and misuse of posts in

times of pandemic; In this way, it maintained a respectable institutional margin and credibility with respect to users.

Conclusions: the digital communication plan disclosed on Facebook served as a channel and loudspeaker for the messages issued by the institution; at all times it was possible to keep users informed on issues of prevention, biosecurity and vaccines against COVID-19.

MeSH: information technologies and communication projects; information technology management; computer communication networks; medical informatics applications; education, medical.

Recibido: 08/10/2022

Aprobado: 15/03/2023

INTRODUCCIÓN

El papel que han desarrollado las redes sociales como medios de comunicación en tiempos de pandemia por COVID-19 han mostrado gran impacto en los últimos años; al respecto Busto Salinas,⁽¹⁾ realizó un estudio sobre sanidad y redes sociales con las interrogantes: “¿Qué entidades son más activas y con cuáles interactúa más el público?” Así confirmó que uno de los pilares básicos de estas páginas web es la transmisión de la información entre usuarios, un modelo explícito de conexiones entre personas que dan forma a una compleja red de relaciones que permiten la interacción y facilitan la producción de contenidos; además clasifica a Facebook como el primer medio de comunicación más recurrente para compartir información sobre salud; es oportuno mencionar las ideas de Ghalavand et al.⁽²⁾ sobre las redes sociales donde manifiesta que la información publicada en estos sitios se debe tratar con responsabilidad precautelando la ética de los profesionales sanitarios y la privacidad de los pacientes.

De las Heras Pedrosa et al.⁽³⁾ realizó un análisis sobre las emociones en cuanto al comportamiento de las personas en tiempos de pandemia por COVID-19; en el estudio mencionan sobre el cambio constante que atraviesan en cuanto a la forma de vivir, relacionarse y comunicarse; por consiguiente, las redes sociales han jugado un papel importante en la transmisión y publicación de información referente a normas de bioseguridad y protocolos para precautelar la vida de las personas en todo el mundo; esto gracias a los diferentes servicios que ofrecen estos ecosistemas digitales que son un referente en situaciones de riesgo social que se presentan a diario; por tanto, estos medios toman relevancia en el ámbito informativo, porque facilitan la comunicación y la transmisión de hechos reales.

Para el 5 de enero de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS)⁽⁴⁾ reportó en sus redes sociales sobre un grupo de casos de neumonía fuera de China, en la ciudad de Tailandia; luego de unos meses, el 11 de mayo el Ministerio de Salud Pública (MSP) de Ecuador reportó el primer caso en un mujer gestante de 17 años internada en el Hospital Francisco de Orellana de Quito. Desde entonces el Ecuador, en su página oficial de Facebook, #JuntosPorLaSalud incrementó el número de publicaciones sobre las medidas de prevención y cuidado para disminuir el riesgo de contagio.

Es, gracias al desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y las redes sociales que las personas durante este proceso de pandemia se mantuvieron informadas sobre los acontecimientos más relevantes; un dato importante es que el 78,7 % de la población ecuatoriana son usuarios activos en estas plataformas, lo que revela que durante este tiempo estuvieron informados, según divulgó el diario Primicias.⁽⁵⁾

Por tal razón se considera importante indagar, durante el primer semestre de 2021, sobre el plan de comunicación digital #JuntosPorLaSalud instituido por el MSP; no obstante, durante estos meses se evidenció la ardua labor y esfuerzo publicitario para comunicar a la ciudadanía sobre las medidas de seguridad, toque de queda, aforo de personas en lugares cerrados, distanciamiento social y también para desmentir la información falsa que circulaba en torno a la pandemia. La utilidad que brindan estos medios de comunicación es de gran magnitud, resulta difícil pensar cómo se habría llegado a los ciudadanos para emprender

iniciativas que tengan como finalidad realizar campañas como: #COVID19, #YoMeCuido, #QuédateEnCasa, #ActivadosPorLaSalud y #PlanVacunarse.

La campaña #JuntosPorLaSalud a través de redes sociales tuvo como finalidad frenar los contagios masivos que estaban ocurriendo en el Ecuador; cada una de las publicaciones buscaba concientizar a la ciudadanía sobre la responsabilidad del lavado de manos, el uso correcto de la mascarilla, distanciamiento social, la desinfección de zapatos y prendas de vestir: campañas cuyo objetivo era establecer medidas de seguridad y disciplina en los ecuatorianos.

Por consiguiente, el objetivo de estudio inició, primero, describiendo el estilo y tono del contenido publicitario; segundo, explorando las características de los contenidos que generaban mayor interacción tomando como referencia los post de tipo imagen, texto y video; y tercero, develando las medidas que tomó el MSP frente a las publicaciones falsas posteadas por algunos usuarios en redes sociales; además, para el desarrollo de la investigación se mantuvieron en consideración conceptos como la teoría de usos y gratificaciones que explican las razones por las cuales las personas consumen productos audiovisuales; teorías sobre los medios de comunicación masivos, web 2.0 y redes sociales.

La campaña manejada por el MSP en tiempos de pandemia fue desarrollada con éxito y aceptación por los usuarios que comentaban y daban su apoyo a las medidas de bioseguridad para precautelar la vida de todos. La presente investigación se enfocó en realizar un aporte al estudio que conlleva utilizar las redes sociales como medios de comunicación para la planificación y difusión de contenidos en el cuidado intrapersonal e interpersonal de medidas de prevención contra la COVID-19.

Por lo expuesto, los autores se propusieron como objetivo: indagar sobre el plan de comunicación digital que divulgó el MSP de Ecuador a través de su cuenta en Facebook para mantener a los ciudadanos informados sobre las medidas de bioseguridad durante la COVID-19 y su contribución a la educación en salud.

MÉTODOS

Para indagar sobre el plan de comunicación digital divulgado por el MSP en el Ecuador a través de su cuenta oficial de Facebook, se propuso realizar un estudio de naturaleza cualitativa direccionado por el paradigma interpretativo, que ofreció información sobre los temas que les atribuyen a los actores entrevistados. La población estuvo conformada por 745200 suscriptores de la página web, y la muestra por 368000 que reaccionaron a los contenidos publicados durante el primer semestre del año 2021, considerando que en este intervalo la página empezó a publicar información sobre las normas de bioseguridad y vacunas contra la COVID-19.

Se utilizaron métodos teóricos: análisis-síntesis e deducción-inducción para la fundamentación teórica de la investigación y la interpretación de los datos obtenidos.

Métodos empíricos:

Observación: mediante una lista de cotejo respecto a los contenidos publicados referente al formato, estilo, tono, propósito, eje de comunicación, recurso, cantidad de reacciones y los temas abordados, considerando los comentarios y compartidos.

Entrevistas: cuyo objetivo fue el intercambio de información para la construcción conjunta sobre el uso de las redes sociales en temas de salud, con expertos en comunicación digital; la primera se realizó a la persona encargada de la dirección de promoción en salud del MSP de Ecuador, a través de ella se buscó recolectar la información suficiente sobre la gestión en redes sociales; las demás entrevistas estuvieron dirigidas a 12 *Community Manager* (personas encargadas de la gestión de páginas en Facebook en el ámbito de la salud), la selección de estos expertos se realizó teniendo en consideración su experiencia profesional de más de 5 años; es importante mencionar que no se manipuló la conversación con respecto a la realidad.

Se estudiaron las variables: plan de comunicación digital en redes sociales que responde a la metodología utilizada por la institución para compartir el contenido en el sitio oficial; en

cuanto a la segunda variable sobre los seguidores de la página de Facebook del MSP del Ecuador se enmarcó sobre todas aquellas personas que generan una reacción, comentario e interactividad.

Para explorar los factores que influyeron en el seguimiento de la cuenta oficial del MSP en Facebook, se operacionalizaron las variables en las siguientes dimensiones:

- Planeación: plan de contenidos a publicar
- Control: frecuencia de las publicaciones
- Contenido comunicacional: estilo y tono del mensaje
- Interactividad: número de reacciones, comentarios y compartidos
- Participación: número de respuestas

En esta investigación se siguieron los lineamientos de la narrativa transmedia donde Peiró⁽⁶⁾ confirmó que un tipo de relato promocional publicitario no se enfoca al solo hecho de desplegar contenidos a través de múltiples plataformas y medios de comunicación, sino en la participación activa de sus receptores, los usuarios, mediante diversas plataformas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

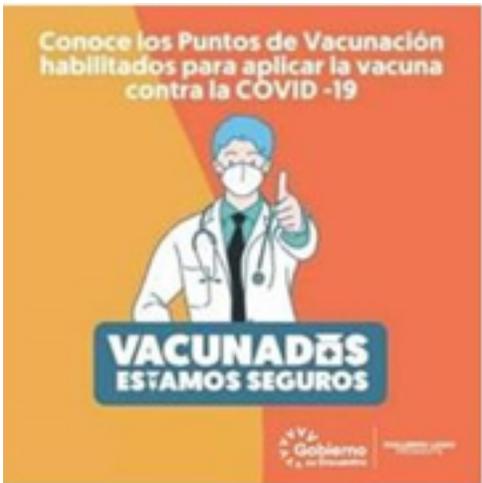
En el primer semestre de 2021, la página oficial del MSP del Ecuador en Facebook realizó un promedio de 50 publicaciones mensuales, entre las cuales se consideraron las que tuvieron mayor y menor interacción en cada mes; las publicaciones con mayor interacción obtuvieron como promedio 71108 visitas, donde se incluyó la opción "me gusta", un total de 9020 compartidos y 8130 comentarios; de igual manera las de menor interacción alcanzaron un promedio de 330 visitas, 107 compartidos y 345 comentarios.

Con respecto al estilo y tono de las publicaciones que el MSP en su página utilizó, el 100 % fueron de tipo informativo y formal; respecto a las características de los contenidos sobre la pandemia por COVID-19 en videos, imágenes, texto y enlaces *website*: los post con imágenes generaron mayor interacción con el público; en cuanto al eje comunicacional se

consideraron categorías y temas donde se determinó que la mayoría de las publicaciones hacen referencia a temas de pandemia a nivel mundial, nacional y local.

Finalmente se procedió a realizar un resumen de comentarios donde los usuarios, por un lado, reaccionaron positivamente respecto a las medidas de prevención y cuidado emitidas por el MSP, mientras que otro grupo mostró desconfianza cuando la publicación se encaminaba a las vacunas y a grupos políticos con apoyo a la salud. A continuación, en la Tabla 1 se muestra un ejemplo de las notas de campo utilizadas durante la primera etapa de observación.

Tabla 1. Lista de cotejo respecto a los contenidos publicados la página oficial del MSP del Ecuador en Facebook. Año 2021

Detalle	Formato	Imagen
	Estilo y tono	Informativo y formal
	Propósito	Comunicar
	Eje de comunicación	Población
	Recurso	Publicación en la página de Facebook del MSP
	Reacciones	94 (me gusta) 6 (me enoja) 2 (me divierte) 1 (me encanta) 1 (me asombra) Total: 104
	Compartido	35
	Comentarios	49
	Resumen comentarios	La mayoría de usuarios comenta sobre la incertidumbre de las vacunas; efectos secundarios; negocios de las farmacéuticas

Fuente: análisis de datos.

Se realizaron un total de cuatro entrevistas las que permitieron entender a profundidad el plan que realizó el MSP del Ecuador en su página oficial de Facebook para la divulgación de medidas de prevención y protección contra COVID-19; en una primera instancia se pudo

Santa Clara ene-dic.

determinar que existe una oficina general de comunicaciones sectorizada por suboficinas, las que, con el apoyo de la prensa y audiovisuales se encargaron de proporcionar contenido a las redes sociales; de igual manera se hizo hincapié en que las publicaciones estuvieran dirigidas al público en general, además se mencionó que la página mantuvo siempre un entorno formal y formativo frente los usuarios.

Por otro lado, se mencionó el proceso para corroborar la veracidad de la información publicada en el sitio: se colocó una marca de agua con la palabra FALSO con la finalidad de identificar las noticias falseadas; los entrevistados comentaron que en esta página del MSP en Facebook algunas personas copian las publicaciones oficiales y cambian la información que se especifica afectándola directamente y entorpeciendo el noble propósito de ofrecer datos reales.

Respecto a las redes sociales, la comunicadora agregó que son una herramienta que facilita el intercambio de información y la publicación de datos importantes en el ámbito de la salud; sin embargo, mostró su preocupación por las familias ecuatorianas de sectores rurales que no disponen de servicio de internet que les permita acceder al contenido diseñado.

Con respecto al plan sobre las vacunas, manifestó que fue difícil en un inicio comunicar este tema a los ciudadanos debido a la campaña del NO a las vacunas; en contrapartida, las campañas a favor no cesaron, y en la medida en que se fueron intensificando, se logró cambiar la perspectiva que tenían los usuarios; meses después ese propósito tuvo mayor aceptación.

En la entrevista al personal administrativo encargado de la gestión de páginas en Facebook *Community Manager* con experiencia en el sector de la salud, sus integrantes aseguraron que el uso de las redes sociales favorece a las instituciones públicas porque les permite acercarse al usuario de forma más directa; en el proceso se comentó que para prevenir los mensajes negativos en contra de una organización, se debe realizar un monitoreo constante, con la finalidad de mantener un *status* alto frente al usuario; también manifestaron que responder comentarios negativos y esclarecer dudas son una muestra de preocupación que los usuarios valoran con agrado.

Con respecto a las características del contenido agregaron que estos deben contener información que sea beneficiosa para la persona en su cotidianeidad; agregaron también que lo simple y asimilable es lo que genera mayor conexión con los usuarios. En su mayoría, al finalizar la entrevista mencionó haber comprobado la información con el uso de Twitter, un portal de noticias reconocido por su fiabilidad; y agregaron que al no encontrar dicha información en este sitio, los usuarios tendieron a catalogarla como dudosa.

En los últimos años las redes sociales se han convertido en herramientas eficaces para la comunicación. Varias organizaciones de la salud las utilizan para dar a conocer sobre sus actividades;⁽⁷⁾ en este ámbito el MSP del Ecuador, a través de su página oficial de Facebook, promueve un medio de comunicación con énfasis en medidas de bioseguridad y prevención por COVID-19, para la educación en salud de los ciudadanos ecuatorianos.

Respecto al número de personas que interactuaron con las publicaciones, desde enero hasta julio de 2021, los datos alcanzaron las 84773 reacciones y 32134 compartidos; en definitiva, la información proporcionada resultó trascendental para los usuarios, razón por la cual la calificaron como oportuna para crear mecanismos de prevención de salud en el Ecuador. Se corroboró lo antes mencionado con la investigación realizada por Martín Pastor et al.⁽⁸⁾ sobre las redes sociales en el ámbito de la medicina, el cual refirió que estos medios de comunicación tienen una relevancia directa en el ámbito sanitario, ya que conduce a un encuentro de múltiples usuarios, los que establecen una red de ayuda para compartir experiencias sobre enfermedades y sus tratamientos.

En el eje comunicacional y las características de los contenidos más vistos son los de tipo imagen, las publicaciones que generaron mayor interacción están en la categoría de concientización respecto al tema de las vacunas contra la COVID-19, sin embargo, esta no fue una tarea fácil frente a las campañas contrarias que se generaron; cabe resaltar que el MSP en su cuenta buscó transparentar la información constantemente para esclarecer y concientizar a los ciudadanos sobre su importancia y beneficios.

Costa Sánchez et al.⁽⁹⁾ expresaron que los criterios utilizados para evaluar la calidad de la información sobre salud en redes sociales por instituciones sanitarias, debe contemplar las consideraciones éticas a utilizar en estos medios; entre ellas se mencionan: la conservación de una imagen institucional adecuada, y el respeto y la actitud de responsabilidad sobre el contenido publicitario a través de redes; destacan que la información puede variar mucho de un recurso a otro si no se toman en consideración estos aspectos, generando en el usuario confusión en cuanto a la procedencia. No obstante, el MSP en su página de Facebook mantiene un trabajo continuo y oportuno por la lucha contra las falsas noticias para aclarar la información con veracidad; además, se menciona la estrategia de no contestar los comentarios negativos, debido a que la institución abarca varios sectores de la gestión pública en el ámbito de la salud.

En la investigación realizada por Rando Cueto⁽¹⁰⁾ sobre la eficacia de la comunicación sanitaria vía redes sociales se mencionan los beneficios de una información fiable, actualizada y supervisada por personal calificado en este ámbito; por su parte, Medina Aguerrebere⁽¹¹⁾ resaltó la necesidad del manejo de los contenidos en materia de prevención de salud por especialistas de los centros hospitalarios, y confirmó que la inclusión de temas de tipo sanitario relacionados con el entorno son los que muestran mayor índice de reacción en las redes sociales.

CONCLUSIONES

El plan de comunicación digital divulgado en la página oficial del MSP del Ecuador en Facebook constituyó un recurso de valor para el enfrentamiento eficaz a la COVID-19. A través de la investigación realizada se comprobaron la credibilidad, seguridad y confianza de los usuarios en sus contenidos al reaccionar mayoritariamente de forma positiva, compartiendo y comentando la información, lo cual contribuyó a la educación en salud de los ciudadanos que pudieron interactuar en el mencionado sitio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Busto Salinas L. Sanidad y redes sociales: ¿qué entidades son más activas y con cuáles interactúa más el público? Profesional de la Información [Internet]. 2019 [citado 25/02/2023];28(2):[aprox. 10 p.]. Disponible en: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.mar.15/43513>
2. Ghalavand H, Panahi S, Sedghi S. Opportunities and challenges of social media for health knowledge management: A narrative review. J Educ Health Promot [Internet]. 2020 [citado 30/06/2021];9:[aprox. 12 p.]. Disponible en: <https://www.jehp.net//article.asp?issn=2277-9531;year=2020;volume=9;issue=1;spage=144;epage=144;aulast=Ghalavand>
3. De las Heras Pedrosa C, Sánchez Núñez P, Peláez JI. Sentiment Analysis and Emotion Understanding during the COVID-19 Pandemic in Spain and Its Impact on Digital Ecosystems. Int J Environ Res Public Health [Internet]. 2020 [citado 30/04/2021];17(15):[aprox. 30 p.]. Disponible en: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/15/5542>
4. Organización Mundial de la Salud. COVID-19: cronología de la actuación de la OMS. Informe de un Grupo Científico. [Internet]. Ginebra: ONU; 2020. Disponible en: <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
5. Dávalos N. En Ecuador, el 78,7% de los ciudadanos usa redes sociales [Internet]. Primicias. 1 Feb 2021. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/14-millones-ecuatorianos-usuarios-redes-sociales/>
6. Peiró R. Narrativa transmedia. Definiciones. Economipedia [Internet]. 2021 [citado 28/10/2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/narrativa-transmedia.html>
7. Gülnur İ, Özgür U. How Turkish Private Hospitals use Social media: A Qualitative Study. J Social Service Research 2018 [citado 26/02/2023];45(1):[aprox. 10 p.]. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/01488376.2018.1479339>
8. Martín Pastor AT. Redes sociales en el ámbito de la Medicina. UCrea [Internet]. España: Repositorio abierto de la Universidad de Cantabria; 2019. Disponible en: <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/16617>
9. Costa Sánchez C, Míguez González MI. Uso de las redes sociales para la educación sanitaria y la comunicación corporativa de los hospitales. Profesional de la Información

[Internet]. 2018 [citado 26/02/2023];27(5): [aprox. 11 p.]. Disponible en:

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.18>

10. Rando Cueto D. Eficacia de la comunicación sanitaria vía redes sociales. [Internet].

Universidad de Málaga: UMA Editorial; 2021. Disponible en:

<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/21230>

11. Medina Aguerrebere P. El rol de las redes sociales en la comunicación de marca de los hospitales españoles. Ad Comunica [Internet]. 2018 [citado 26/02/2023];15: [aprox. 14 p.].

Disponible en: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4974/5306>

Declaración de intereses

El autor declara no tener conflicto de intereses.

Este artículo está publicado bajo la licencia [Creative Commons](#)