

Redes sociales como fuentes de información sobre salud

Iván de la Cruz Cuebas*

*Universidad de Puerto Rico

DOI: <https://doi.org/10.23936/pfr.v4i2.95>

Recibido: 28/05/2019 Aprobado: 30/07/2019

Resumen

Los objetivos de esta investigación fueron, primero, identificar cuál es el uso que le dan los ciudadanos en Puerto Rico a los medios sociales para búsqueda de información de salud. En segundo lugar, conocer la confiabilidad que tienen las personas en los medios sociales en cuanto a la salud. Analizamos si los puertorriqueños utilizan los medios sociales como fuentes de información sobre salud para buscar información sobre diversas enfermedades y aspectos sanitarios como: enfermedad o problema médico, tratamiento médico o procedimiento, médicos u otros profesionales de la salud, hospitales y otras instituciones médicas, seguros de salud, preñez o alumbramiento, decisiones sobre pacientes en estado crítico, cuidado prolongado, seguridad de los alimentos, seguridad de los medicamentos, manejo de dolor crónico, resultados de exámenes médicos y pérdida de la memoria, demencia o Alzheimer. Además, establecimos una comparación entre la búsqueda en redes sociales y páginas web. Descubrimos la utilidad de dicha información, la confianza percibida en las fuentes, la comprensión de la información y si la consideran actualizada. También, verificamos la importancia de los datos obtenidos de estas fuentes de medios sociales en la toma de decisiones sobre asuntos de la salud, en contraste con la información de sitios web. En general, aunque los medios sociales demuestran tener una creciente importancia, incluso en la búsqueda de informaciones sanitarias, que es nuestro tema investigado, las páginas web exhiben aún una relativa mayor confianza en el ciudadano, a la hora de la búsqueda y obtención de dichos datos.

Palabras clave: TIC, salud, pacientes, redes sociales, Puerto Rico

Social Networks as Health Information Sources

The objectives of this research were, first, to identify what is the use that citizens in Puerto Rico give to social media to search for health information. Second, know how confident people are on social networks. We analyze whether Puerto Ricans use social media as sources of health information to look for information on various diseases and health issues such as: illness or medical problem, medical treatment or procedure, medical or other health professionals, hospitals and other medical institutions, health insurance, pregnancy or childbirth, decisions about critically ill patients, long-term care, food safety, drug safety, chronic pain management, medical examination results and memory loss, dementia or Alzheimer's. In addition, we made a comparison between social media search and web pages. We discover the usefulness of such information, perceived reliance on sources, understanding of information, and whether it is considered up-to-date. We also verified the importance of data obtained from these social media sources in health decision-making, in contrast to website information. In general, although social media shows increasing importance, even in the search for health information, which is our researched topic, websites show even greater confidence in the citizen, when searching and obtaining such data.

Keywords: ICT, health, patients, social media, Puerto Rico

Introducción

Los medios sociales, originalmente llamados redes sociales, comenzaron como un método de compartir información y experiencias personales y familiares con amigos, familiares y otros. Estos medios han ido evolucionando para convertirse en un medio de intercambio de todo tipo de información y de temas completamente diversos. Además, las empresas, el gobierno y las ONG se han sumado a los medios sociales para informar e influir de una manera diferente y más personal. Incluso, hoy día algunos de estos medios poseen plataformas de venta, como es el caso de Facebook, algo impensado originalmente.

Como reflejan estudios anteriores, Internet se ha convertido en un medio muy importante para la búsqueda de información de salud, pero en los años recientes muchas personas se han volcado hacia, específicamente, los medios sociales como fuente de dichos datos. En esta investigación nos concentramos en las fuentes de información que los ciudadanos en Puerto Rico están buscando a través de esos medios; analizamos qué tipo de información requieren, la utilidad de la información, la confianza percibida en las fuentes, la comprensión de la información y su actualización. Además, si los datos obtenidos tienen una relevancia en la toma de decisiones sobre salud. También, comparamos las búsquedas en medios sociales con las que se hacen en Internet en general o en sitios web.

Marco teórico

Internet se ha vuelto una fuente cada vez más importante para la búsqueda de información de salud. Aproximadamente, el 60% de los usuarios de Internet buscaron información de salud para ellos mismos (1). Históricamente, las búsquedas de salud en línea significaban visitar un sitio web de una agencia u organización. Recientemente, los medios sociales han emergido como fuentes potenciales de información de salud en línea (2). Los avances rápidos e innovadores en comunicaciones de Internet participativas, conocidos como medios sociales, ofrecen oportunidades para modificar el comportamiento sobre la salud (3). En el cuidado de la salud, estos se han utilizado para mantener o mejorar la comunicación entre profesionales y de profesionales con pacientes, promover la marca institucional y mejorar la velocidad de interacción entre y a través de diferentes intereses del cuidado de la salud (4).

Aunque las tecnologías de los medios sociales permiten a las personas la oportunidad de participar en la creación de información en línea, esto no es tan común; menos del 15% de las personas reportaron hacerlo. En contraste, las personas estuvieron más inclinadas a consumir contenido con un 30 a 40% de los encuestados que reportaron utilizar los medios sociales para actividades relacionadas a la salud y el uso de listas de rangos en línea para verificar médicos, hospitales y tratamientos médicos (5). Un estudio realizado por Antheunis (6) encontró que los pacientes utilizaron primariamente Twitter (59.9%), especialmente para aumentar el conocimiento e intercambiar consejos y Facebook (52.3%), particularmente para respaldo social y para intercambiar consejos. Las barreras más importantes para utilizar medios sociales que encontraron los pacientes fueron preocupaciones de privacidad y confiabilidad de la información. Lagu et al (7) sobre un estudio realizado en Facebook, afirmaron que parece haber un valor en permitir a los pacientes compartir sus experiencias y leer las experiencias de otros. Los usuarios de *Facebook* y *Twitter* comparten más información sobre medicamentos que sobre automedicación. Las redes sociales, por el momento, se usan prioritariamente para compartir experiencias, resolver dudas y recibir información sobre problemas de salud (8). Las razones principales para hacer estas búsquedas fueron para complementar la información apropiada provista por el médico y para recopilar información antes de la consulta con el médico (9).

Un número creciente de investigadores están explorando tecnologías que son particularmente relevantes para los jóvenes, incluidas las aplicaciones para teléfonos inteligentes, servicios de redes sociales y sexuales, realidad virtual y elementos de juego o "gaming". Estas tecnologías ofrecen funciones claves que son particularmente relevantes dentro del contexto del HIV en los jóvenes, incluido el anonimato, el respaldo social, la provisión de evaluación y realimentación en tiempo real y características motivadoras (10) Facebook está siendo utilizado por el público en general, pacientes, cuidadores y profesionales de la salud para compartir sus experiencias en el manejo de la enfermedad, exploración y diagnóstico (11). Un estudio encontró que los medios sociales pueden reducir el estigma de algunas condiciones como la epilepsia (12).

Preocupaciones éticas y de privacidad han atrasado el uso de los medios sociales en el mercadeo de prácticas (médicas) individuales o grupales. Establecer una presencia digital fuerte y una reputación en línea ayuda a construir prácticas, puede ser una fuente fuerte de nuevos pacientes y va a ser aún más importante en el futuro (13). Solamente por tener un perfil por si solo no va a aumentar el reconocimiento o impulsar un influjo de participación. Es necesaria una

planificación cuidadosa e investigación, lo cual va a beneficiar grandemente a las organizaciones sin fines de lucro en su intento por desarrollar relaciones mediante sus redes sociales (14). La calidad de los sitios web está significativa y positivamente relacionada al rango general en que ubican los pacientes al hospital y su intención de recomendarlo a otros. El potencial de las fuentes de información basadas en la web de influenciar el comportamiento del consumidor tiene importantes implicaciones para los que hacen la política pública, terceros, proveedores de cuidado de la salud y consumidores (15). Los medios sociales traen una nueva dimensión al cuidado de la salud, al ofrecer una plataforma utilizada por el público, pacientes y profesionales de la salud para comunicarse sobre asuntos de salud con la posibilidad de mejorar potencialmente los resultados de salud (16). Una meta final e idealista es que la salud pública adopte la orientación de mercadeo social como un valor central en su cultura organizacional. En vez de ver la orientación de mercadeo solo como una herramienta más de planificación programática o un nuevo tipo de intervención para prevenir enfermedades, las organizaciones de salud pública se pueden beneficiar al visualizar al consumidor como el centro de todo lo que hacen, e invitar a los consumidores a ser verdaderos socios en determinar como se cubren mejor sus necesidades de salud (17). Entrevistas con practicantes de las relaciones públicas en organizaciones con sitios web exploraron percepciones sobre el valor del *World Wide Web* como una herramienta de comunicación y como encaja en la mezcla de comunicaciones. Los practicantes piensan que un sitio web simboliza la competitividad de una organización, mejora la imagen de la organización y aumenta el sentido personal de profesionalismo del practicante (18). Muchas compañías creen en el potencial de mercadeo de estos sitios y muchas marcas están ahora presentes en esas redes, especialmente en sitios de interés general como Facebook. El advenimiento de la tecnología de los nuevos medios y el uso prevalente de las plataformas de medios sociales, especialmente SNS han transformado como las organizaciones se comunican con sus partes interesadas (19).

1. Medios Sociales como Fuentes de Información sobre Salud

1.1 Metodología

El universo estadístico de la encuesta estuvo formado por el conjunto de la población residente en el Área Metropolitana de San Juan, Capital de Puerto Rico, de 18 a 64 años: en total 697.354 personas según los datos oficiales de la Junta de Planificación de Puerto Rico (2007) y el Censo de Estados Unidos (2007). Se estableció un tamaño muestral de **250** personas para alcanzar un margen de error de un 5% para la Zona Metropolitana de San Juan y un nivel de confianza del 89%. El muestreo se desarrolló en línea mediante *Google Forms*, lo cual amplió la procedencia de las personas a otros municipios del país.

Hubo un énfasis en la población joven de 18 a 24 años de edad, el 62,5% fueron de este rango de edades, el 57,6% con un nivel educativo de bachillerato o licenciatura y una misma proporción con ingresos de menos de \$15.000 USD, 79,6% del sexo femenino y un 57,2% con seguro de salud privado.

1.2 Fuentes de información

Empezamos este estudio con la pregunta sobre la utilización de Internet para la búsqueda de información de salud y las fuentes de información utilizadas para encontrar este tipo de información. A la pregunta de utilización de Internet el 18% contestó que la utilizaban muy frecuentemente y el 35,6% dijo hacerlo frecuentemente. Esto nos arroja un 43,6% si sumamos estas dos respuestas. Nos llamó la atención el que el 40,8% afirmara que en ocasiones lo hacía, y raramente fue el 5,2%, mientras solo menos del 1% dijeron que nunca la utilizaban. Otros medios utilizados para buscar información de salud que fueron mencionados como muy frecuentemente fueron la televisión (13,4%), la radio (5,5%), los artículos de prensa (5,5%), las revistas (2,8%), los anuncios en prensa, radio, televisión, vallas publicitarias y otros (7,8%), los médicos (34,6%) y otros medios. Podemos ver que aunque otros medios se utilizan para las búsquedas, el médico aún sigue siendo la fuente principal de la información de salud.

Además, abordamos a los internautas sobre las páginas de Internet que visitaban para buscar información de salud. La página más mencionada fue la del buscador de Google para realizar estas búsquedas (11,6%), seguida por WebMd (10,8%) y Medline o Medline Plus (8%). Ver otras en la Tabla 1.

Tabla 1 . Sitios web mencionados

Sitios web	Sitios web
APA	Misalud
Auxilio Mutuo	msn.com
Baby center	Nature
bbc.com	NHS
Buenavida.com	Nuevo Dia (endi.com)
CDC	Oschner
CMS.gov	Páginas de hospitales
Consultorios	Pinterest
cuidadodesalud.gov	pubmed
Departamento de salud	Rincón del vago
Dietas.com	Sable
Drugs.com	Salud
El yerberito	Salud es Vida
Flo.Health	Salud y Bienestar.com
Foromujeres	salud y vida
GNC	salud.com
Google	salud.gov
Google scholar	Saludemia
Health	Saludmed
Healthline	Saludmedica
hhs.gov	saludymedicina.org
HIMA	the lancet
hsph.harvard.edu/magazine	top10homeremedies.com
Humana.com	Tu salud
Island Med	Twitter
kidshealth	Univisión salud
la bioguia	Vidasalud
Mayo Clinic	WebConsultas
Medhealth	WebMD
medi salud	Who.int
meditec	Wikihow
Medline y Medline Plus	Wikipedia
Medtronic	
Medweb	
Mejor con salud	

Fuente: Elaboración propia

Hicimos una pregunta relacionada pero distinta para saber en qué o quién pensaban los encuestados a la hora de necesitar información de salud. Interesantemente, el 40,8% contestó que pensaba en páginas de Internet, seguidas por su médico (33,6%) y por familiares (16,4%). Otras fuentes mencionadas fueron el farmacéutico (2,0%), redes sociales (1,6%) y enfermera (1,6%). Otras fuentes adicionales con menos del 1% fueron: revistas y libros especializados, amigos, consulta telefónica del seguro médico y educadores en salud. Por un lado, es interesante que las páginas web se presenten como la primera opción, relativamente cercana al médico, para obtener información de salud. Por otro lado, observamos que los medios sociales salen como una opción lejana en ese sentido.

Sin embargo, cuando realizamos la pregunta sobre los medios de Internet utilizados para estas búsquedas los resultados fueron los siguientes en orden de importancia: sitios web de información de salud (82,4%), páginas en redes sociales como Facebook (79,2%), sitios web de médicos (66,8%), sitios web de clínicas (33,2%), sitios web de hospitales (28%), otros no identificados (26%), Twitter para seguir información de salud (16,4%). Como vemos, las páginas web aparecen en primer lugar con las redes sociales en segundo.

En cuanto a medios sociales utilizados para encontrar información de salud, el más mencionado fue Facebook (87,6%), seguido por Instagram (61,6%), luego YouTube (58,4%), Twitter (32%) y Snapchat (24,4%). Además, fueron mencionados en mucho menos escala Pinterest (0,8%) y Tumblr (0,8%).

En adición, le preguntamos a los encuestados sobre si habían bajado aplicaciones relacionadas con la salud, bienestar o estilos de vida como deportes, dietas y otros. El 78,8% mencionó haberlo hecho y el 21,2% no lo hizo. Como sabemos, dichas aplicaciones pueden estar lo mismo ligadas a páginas web que a medios sociales.

2.1 Utilidad de la información

La percepción de utilidad de la información es clave para poder medir si el medio utilizado tendrá alguna relevancia para el usuario. Preguntamos primero si la información de salud que había obtenido de páginas web había sido útil. Encontramos que para el 34% fue muy útil, mientras que para el 64% fue útil. Podemos deducir entonces que para el 98% esta información fue útil en alguna medida. Solo el 1,6% la encontró poco útil y menos del 1% nada útil. Nos dimos a la tarea de hacer la misma pregunta respecto a los medios sociales. En este sentido encontramos que el 12,8% encontró dicha información muy útil, mientras el 51,2% la consideró útil. Podemos asumir entonces que el 64% le encontró utilidad a la información obtenida de las redes sociales. El 25,2% la tachó de poco útil y un 10,8% nada útil. Al comparar estos resultados nos damos cuenta de que un 98% le encontró utilidad a la información de páginas web versus un 64% a la información de los medios sociales. Además, si comparamos los resultados de los que no le encontraron utilidad, vemos que solo el 2% de los que buscaron información en páginas web las clasificaron de esta manera, versus el 36% de los que buscaron información en las redes sociales. Estos resultados nos indican que los usuarios perciben la información de las páginas web como de mayor utilidad (98%) que la que encuentran en medios sociales (64%). Habría que examinar cuáles razones esbozan para esta percepción.

2.2 Confianza en las Fuentes

El tema de la confianza en las fuentes puede ser determinante a la hora de utilización o no de la información encontrada, de la toma de decisiones y de volver al mismo lugar a buscar más datos. Primeramente, les preguntamos a los internautas si confiaban en la información de salud que obtenían de páginas de Internet y obtuvimos las siguientes respuestas: 8,8% estuvo completamente de acuerdo y 58% de acuerdo con dicha aseveración. Poco más de una cuarta parte (26,4%) estuvo inseguro, 5,6% en desacuerdo y 1,2% completamente en desacuerdo. Podemos concluir que contestó en la afirmativa un 66,8%. Además, les hicimos la misma pregunta con respecto a la información obtenida de las redes sociales. En este caso obtuvimos las siguientes respuestas: 3,6% manifestaron estar completamente de acuerdo con esa premisa, 31,2% estuvo de acuerdo, 40,2 inseguros, 13,6% en desacuerdo y 11,2 completamente en desacuerdo. Con estos resultados podemos concluir que el 34,8% estuvo de acuerdo con la afirmación de que tiene confianza en la información de salud obtenida de los medios sociales. Al comparar estos datos obtenidos vemos que hay una disparidad entre la confianza percibida de la información de las páginas web (66,8%) versus los medios sociales (34,8%). La confianza en las páginas web viene a ser casi el doble de la percibida sobre la información de las redes sociales.

2.3 Comprensión de la información

Comprender la información es fundamental para poder utilizarla, por eso nos dimos a la tarea de preguntar si la información de salud que encontraban en páginas web era fácil de entender. Los resultados fueron los siguientes: 28,8% estuvo completamente de acuerdo con la premisa, 59,2% estuvo de acuerdo, 9,2% se manifestó inseguro, 2,8% en desacuerdo y 28,8% completamente en desacuerdo. Podemos llegar a la conclusión de que un 88% estuvo de acuerdo en algún grado con la aseveración. Se realizó la misma pregunta en referencia a las redes sociales y las respuestas fueron: completamente de acuerdo (16,4%), de acuerdo (56%), inseguro (16,4%), en desacuerdo (2,8%) y completamente en desacuerdo (6,4%). Podemos afirmar que 72,4% estuvo de acuerdo en algún grado con la premisa. Al comparar estos datos observamos que existe una diferencia, aunque no tan significativa en cuanto a la percepción de la comprensión de la información en páginas web (88%) versus los medios sociales (72,4%).

2.4 Actualización de la información

La percepción de una información actualizada puede ser la clave entre utilizar y regresar o no a un lugar en búsqueda de mayores datos. Por eso, preguntamos si la información encontrada en páginas web se percibía como actualizada. El 18,4% de los encuestados dijo estar completamente de acuerdo con la aseveración, el 38,4% estuvo de acuerdo, el 38,8% se mostró inseguro, el 3,6% en desacuerdo y el 0,8% completamente en desacuerdo. Se puede deducir que el 56,8% estuvo de acuerdo en cierto grado. Realizamos la misma pregunta en cuanto a los medios sociales y las respuestas fueron como sigue: el 10,8% estuvo completamente de acuerdo, el 29,2% de acuerdo, la mitad (50%) inseguro, 4% en desacuerdo y 6% completamente en desacuerdo. Con estos datos, de los que están completamente de acuerdo y de acuerdo, podemos afirmar que el 40% estuvo de acuerdo en algún grado con la aseveración. Al comparar

estos datos vemos que la percepción de actualización de la información es mayor en cuanto a las páginas web (56,8%) que sobre los medios sociales (40%). En ambas preguntas llama la atención el alto número de indecisos.

Nos interesó examinar, además, si los usuarios se habían sentido complacidos con la información de salud obtenida en páginas de Internet. Los resultados arrojaron lo siguiente: el 14,8% estuvo completamente de acuerdo con la aseveración, el 65,6% de acuerdo, 16,8% indecisos, 2,8% en desacuerdo y 14,8% completamente en desacuerdo. En este caso, al verificar los que contestaron completamente de acuerdo y de acuerdo, pudimos llegar a la conclusión de que 80,4% estuvo de acuerdo con la premisa en alguna medida. Realizamos la misma pregunta con relación a los medios sociales y obtuvimos las siguientes repuestas: el 7,2% estuvo completamente de acuerdo, 44% de acuerdo, 30,8% indecisos, 9,6% en desacuerdo y 8,4% completamente en desacuerdo. En ese caso pudimos concluir, entre los que están completamente de acuerdo y de acuerdo, que el 51,2% se manifestó de acuerdo en alguna medida. Al comparar estos resultados observamos que los ciudadanos estuvieron más complacidos con la información de salud obtenida de páginas web (80,4%) que de medios sociales (51,2%), lo cual es una diferencia considerable.

Luego de preguntar sobre la complacencia sobre la información interrogamos a los encuestados sobre si volverían a utilizar páginas de Internet para encontrar información de salud y los resultados fueron como sigue: el 44,8% estuvo completamente de acuerdo y el 48,4% de acuerdo, 5,6% inseguros, 1,2% en desacuerdo y nadie completamente en desacuerdo. Esto nos permitió concluir que el 93,2% estuvo de acuerdo en alguna medida con la premisa. También, realizamos la misma pregunta respecto a las redes sociales y los resultados fueron como sigue: el 18% completamente de acuerdo, el 42,4% de acuerdo, el 23,6% indeciso, el 7,6% en desacuerdo y el 8,4% completamente en desacuerdo. Pudimos concluir que 60,4% contestó en alguna medida en la afirmativa, al examinar los que contestaron completamente de acuerdo y de acuerdo. Al comparar los resultados observamos que fueron muchos más los que volverían a utilizar páginas web (93,2%) para buscar información de salud que los que volverían a medios sociales (60,4%), aunque en ambos casos la mayoría de las respuestas está en la afirmativa.

2.5 Toma de decisiones

La toma de decisiones es un aspecto fundamental al buscar información de salud, pues este indica el tipo de utilización del medio que se está dando, si es solo para un tipo de entretenimiento o si es para aplicarlo a la vida real. Preguntamos si había decidido acceder a que se le realizara algún procedimiento luego de haber conocido o aprendido más sobre ese tratamiento en páginas de Internet. Encontramos que el 14% estuvo completamente de acuerdo y el 45,2% de acuerdo con dicha premisa. Hubo un 26,8% de indecisos, 9,2% en desacuerdo y 4,8% completamente en desacuerdo. Concluimos que la mayoría (59,2%) estaba de acuerdo en algún grado. Hicimos la misma interrogante en cuanto a los medios sociales y las respuestas fueron: 6,4% completamente de acuerdo, 32% de acuerdo, 29,6% de indecisos, 16% en desacuerdo y otro 16% completamente en desacuerdo. Pudimos concluir que el 38,4% estuvo en algún grado de acuerdo con la aseveración, cuando examinamos los resultados de completamente de acuerdo y de acuerdo. Observamos una toma de decisiones en cuanto a procedimientos basada más en las páginas web (59,2% en afirmativo) que en los medios sociales (38,4%).

Otra de las decisiones de salud que podrían tomar los ciudadanos es sobre medicamentos o suplementos naturales. Preguntamos a los encuestados si habían decidido tomar algún medicamento o remedio natural luego de haber conocido o aprendido sobre el mismo a través de páginas de Internet. Los resultados fueron como sigue: el 29,2% dijo estar completamente de acuerdo con la aseveración, el 43,2% de acuerdo, 12,4% indecisos, 9,2% estuvo en desacuerdo y el 6% completamente en desacuerdo. Al examinar los que contestaron completamente de acuerdo y de acuerdo, pudimos concluir que el 72,4% estuvo de alguna forma en acuerdo con la premisa. Además, planteamos la misma interrogante respecto a las redes sociales. En este caso tuvimos las siguientes respuestas: el 18,4% se manifestó completamente de acuerdo con la premisa, el 40,4% indicó estar de acuerdo, el 18% estuvo indeciso, 11,2% en desacuerdo y el 12% completamente en desacuerdo. Pudimos concluir que el 58,8% estuvo de acuerdo en alguna medida, al verificar los que contestaron completamente de acuerdo y de acuerdo. Al comparar estos resultados observamos que fueron más los encuestados que decidieron tomar un medicamento o remedio natural luego de haber conocido o aprendido sobre el mismo en páginas web (72,4%) que en los medios sociales (58,8%), aunque en este caso la diferencia no es tan significativa.

Los ciudadanos podrían buscar información antes de tomar un medicamento o porque no están satisfechos con el mismo, por esto preguntamos si había decidido dejar o no comenzar una medicina o remedio natural luego de haber conocido sobre sus efectos secundarios o interacciones por páginas de Internet. En este caso recopilamos las siguientes respuestas: el 18% estuvo completamente de acuerdo con la premisa, el 36,8% se manifestó de acuerdo, 18% de indecisos, 15,6% dijeron estar en desacuerdo y 11,6% completamente en desacuerdo. Pudimos concluir que el 54,8%

estuvo de alguna forma en acuerdo con la aseveración, entre los que aseveraron estar completamente de acuerdo y de acuerdo. También, hicimos la misma pregunta con relación a los medios sociales y los resultados fueron los siguientes: 13,2% completamente de acuerdo, 30,8% de acuerdo, 23,6% indecisos, 16% en desacuerdo y 16,4% completamente en desacuerdo. Pudimos concluir que el 44% estuvo de acuerdo en alguna medida con la aseveración, al observar los que contestaron completamente de acuerdo y de acuerdo. Encontramos que fueron más los entrevistados que tomaron la decisión de dejar un medicamento o suplemento natural luego de haber visto sus efectos secundarios o interacciones en páginas web (54,8%) que en medios sociales (44%).

Conclusiones y discusión

Los ciudadanos encuestados demostraron utilizar fuentes de información de Internet para propósitos de salud, con énfasis en las páginas web versus los medios sociales. Los médicos aparecen en segundo lugar cuando piensan en las primeras opciones para información de salud. Pero, hay que tener en cuenta que el médico no está disponible las 24 horas, excepto el de salas de emergencias o urgencias, e Internet si lo está. Cuando preguntamos sobre los diferentes medios de Internet utilizados para búsqueda de información de salud vemos que las páginas web aparecen en primer lugar con los medios sociales en segundo y otros tipos de sitios web luego. Las páginas de Internet más mencionadas son el buscador de Google, WebMD y Medline o Medline Plus, en orden de importancia, aunque se nombran muchas otras. En cuanto a las redes sociales, se mencionan principalmente: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y Snapchat, en orden de importancia. Sobre las aplicaciones para teléfonos móviles inteligentes, el 78,8% admitió haber instalado alguna relacionada con la salud, bienestar o estilos de vida como deportes, dietas y otros.

La percepción de utilidad de la información es clave para poder medir si el medio utilizado tendrá alguna relevancia para el usuario y encontramos que los estos perciben la información de las páginas web como de mayor utilidad (98%) que la que encuentran en medios sociales (64%). El tema de la confianza en las fuentes puede ser determinante a la hora de utilización o no de la información encontrada, de la toma de decisiones y de volver al mismo lugar a buscar más datos. En ese sentido encontramos mayor confianza en las páginas web (66,8%) que en los medios sociales (34,8%). Comprender la información es fundamental para poder utilizarla, por eso nos dimos a la tarea de preguntar si la información de salud que encontraban en páginas web era fácil de entender. Observamos que existe una diferencia, aunque no tan significativa en cuanto a la percepción de la comprensión de la información en páginas web (88%) versus las redes sociales (72,4%).

La percepción de una información actualizada puede ser la clave entre utilizar y regresar o no a un lugar en búsqueda de mayores datos. La percepción de actualización de la información es mayor en cuanto a las páginas web (56,8%) que en los medios sociales (40%). Los ciudadanos estuvieron más complacidos con la información de salud obtenida de páginas web (80,4%) que de medios sociales (51,2%), lo cual es una diferencia considerable. Además, observamos que fueron muchos más los que volverían a utilizar páginas web (93,2%) para buscar información de salud que los que volverían a medios sociales (60,4%), aunque en ambos casos la mayoría de las respuestas está en la afirmativa.

La toma de decisiones es un aspecto fundamental al buscar información de salud, pues este indica el tipo de utilización del medio que se está dando, si es solo para un tipo de entretenimiento o si es para aplicarlo a la vida real. Observamos una toma de decisiones en cuanto a procedimientos basada mayormente en las páginas web (59,2% en afirmativo) que en los medios sociales (38,4%). En cuanto a la toma de decisiones sobre medicamentos y suplementos naturales, la balanza se inclinó también hacia las páginas web sobre los medios sociales.

Los encuestados demostraron tener confianza en Internet para búsqueda de información de salud, pero esta confianza es mayor en las páginas web. De todos modos, es notable el crecimiento en importancia de los medios sociales, que en algunos casos se acerca considerablemente más a los números de los sitios web y en otros se aleja sustancialmente.

Referencias bibliográficas

1. Atkinson NL, Saperstein SL, Pleis J. Using the internet for health-related activities: findings from a national probability sample. *J Med Internet Res*. 2009;11(1):e4. doi: 10.2196/jmir.1035.
2. Fox S. The social life of health information. Pew Internet & American Life Project. May 12, 2012. <https://www.pewinternet.org/2011/05/12/the-social-life-of-health-information-2011/>
3. Korda, H, Itani, Z. Harnessing Social Media for Health Promotion and Behavior Change. *Health Promotion Practice*. 2013; Vol 14, Issue 1, pp. 15 – 23.
4. Grajales FJ III, Sheps S, Ho K, Novak-Lauscher H, Eysenbach G. Social Media: A Review and Tutorial of Applications in Medicine and Health Care. *J Med Internet Res* 2014;16(2):e13

5. Thackeray, R., Crookston, B. T., & West, J. H. Correlates of Health-Related Social Media Use Among Adults. *Journal of Medical Internet Research*. 2013; 15(1), e21. <http://doi.org/10.2196/jmir.2297>
6. Antheunis, ML. Patients' and health professionals' use of social media in health care: Motives, barriers and expectations. *Patient Education and Counseling*. 2013; 92(3). 426 - 431.
7. Lagu, T, Goff, SL, Craft, B, Calcasola, S, Benjamin, EM, Priya, A et al. Can social media be used as a hospital quality improvement tool? *Journal of Hospital Medicine*, 2016; 11(1), 52–55.
8. Martín Fombellida, AB, Alonso, M, Iglesias, H, Sáez, M, y Mirón, JA. Información sobre medicamentos y automedicación en las redes sociales. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. 2014; 25(2), 145-156. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132014000200002&Ing=es&tIng=es.
9. Orgaz-Molina J, Cotugno M, Girón-Prieto M, Arrabal-Polo, MA, Ruiz-Carrascosa, JC, Buendía-Eisman A, et al. A study of internet searches for medical information in dermatology patients: The patient–physician relationship. *Actas Dermosifiliogr*. 2015;106(6):493–9. [PubMed]
10. Hightow-Weidman, LB, Muessig, KE, Bauermeister, J, Zhang, C, LeGrand, S. Youth. Technology and HIV: Recent Advances and Future Directions. *Current HIV/AIDS Reports*. 2015; 12(4), 500–515. <http://doi.org/10.1007/s11904-015-0280-x>
11. Farmer AD, Bruckner Holt CE, Cook MJ, Hearing SD. Social networking sites: a novel portal for communication. *Postgrad Med J*. 2009 Sep; 85(1007):455–9. doi: 10.1136/pgmj.2008.074674. [PubMed]
12. Lo AS, Esser MJ, Gordon KE. YouTube: a gauge of public perception and awareness surrounding epilepsy. *Epilepsy Behav*. 2010 Apr;17(4):541–5. doi: 10.1016/j.yebeh.2010.02.004. [PubMed]
13. Luks, H. Establishing a Digital Presence. *Social Media in Healthcare: A Primer for Orthopaedic Surgeons*. 2012 Feb; 12-16.
14. Waters, RD, Burnett, E, Lamm, A, Lucas J. Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*. 2009; 35(2), 102-106. <https://instituteforpr.org/engaging-stakeholders-through-social-networking-how-nonprofits-are-using-facebook/>
15. Ford, EW, Huerta, TR, Diana, ML, Kazley, AS, Menachemi, N. Patient Satisfaction Scores and Their Relationship to Hospital Website Quality Measures, *Health Marketing Quarterly*. 2013; 30:4, 334-348, DOI: [10.1080/07359683.2013.844041](https://doi.org/10.1080/07359683.2013.844041)
16. Moorhead, SA, Hazlett, DE, Harrison, L, Carroll, JK, Irwin, A, Hoving, C. A New Dimension of Health Care: Systematic Review of the Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication. *Journal of Medical Internet Research*. 2013; 15(4), e85. <http://doi.org/10.2196/jmir.1933>
17. Grier S, Bryant CA. Social marketing in public health. *Annu. Rev. Public Health*. 2005; 26:319–339.[PubMed]
18. Hill, LN y White, C. Public relations practitioners' perception of the world wide web as a communications tool. *PR Review*. 2000; 26(1), 31-51,
19. Christ, P. Internet Technologies and Trends Transforming Public Relations, *J of Website Promotion*. 2007; 1:4, 3-14, DOI: [10.1300/J238v01n04_02](https://doi.org/10.1300/J238v01n04_02)