

MODELOS DE DIFUSIÓN EN SALUD MEDIANTE REDES SOCIALES.

Autores: Paramio Pérez, G., Hernando Gómez, A., Márquez Garrido Manuel., Torres Almagro, B.J., Pérez Manga, C.

Universidad de Huelva.

Introducción.

Las redes sociales han experimentado un considerable crecimiento en España en los últimos dos años, especialmente en lo que se refiere a las dos líderes: Tuenti y Facebook. Según el observatorio de The Cocktail Analysis (2008), entre 2008 y 2009 el porcentaje de la población internauta española usuaria de estas dos redes se incrementó del 12% al 33% en el caso de Tuenti y del 13% al 64% en el caso de Facebook. Otro aspecto a tener en cuenta son los niveles de penetración de Tuenti de los jóvenes de entre 18 y 25 años, que supera el 85% (The Cocktail Analysis, 2010). Por otro lado, se sabe que el porcentaje de usuarios que se conecta diariamente a las redes es muy elevado, rondando entre el 61% (IAB, 2009) y el 55% (The Cocktail Analysis, 2010) (son medios de consumo muy frecuente), y que las principales motivaciones para utilizar las redes sociales son mantener el contacto con amigos y conocidos (61%), entretenimiento (51%), localizar a viejos amigos o conocidos (36%), obtener información de fiestas o eventos (28%) y hacer nuevos amigos (20%). Los estudios acerca de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs), especialmente internet, nos demuestran que la interacción entre la estructura social, el aumento de los flujos de información y las nuevas tecnologías general transformaciones en las prácticas sociales y en el comportamiento de los sujetos en relación con la salud. El estudio ya clásico de Kadushin (1982) relacionó la salud mental con la red social, de forma que aquellos individuos con redes más amplias y diversas disponían de mejores niveles de bienestar.

Objetivos.

Aumentar la dinamización, difusión, e implicación de los proyectos y actividades en promoción de salud que se realizan en la Universidad de Huelva.

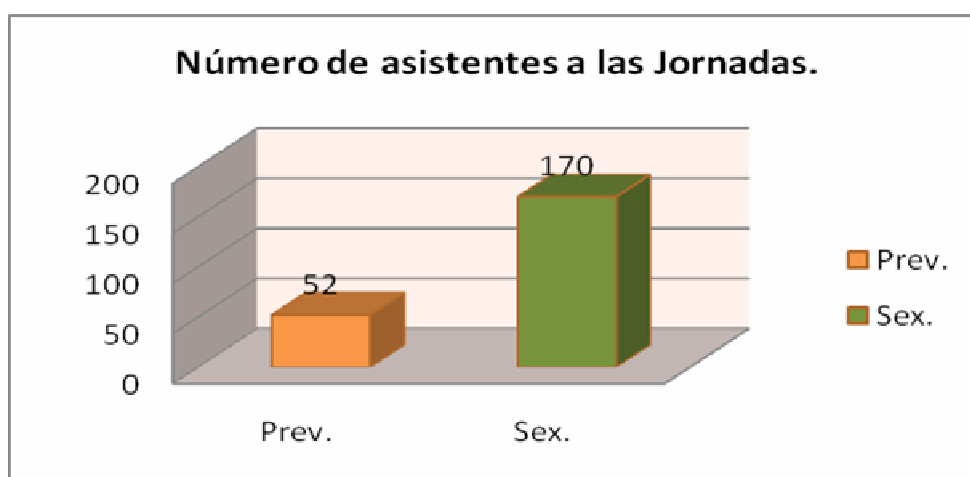
Metodología.

Para dinamizar la implicación de la comunidad universitaria en los proyectos que promueven cambios de hábitos y estilos de vida saludables, es imprescindible contar

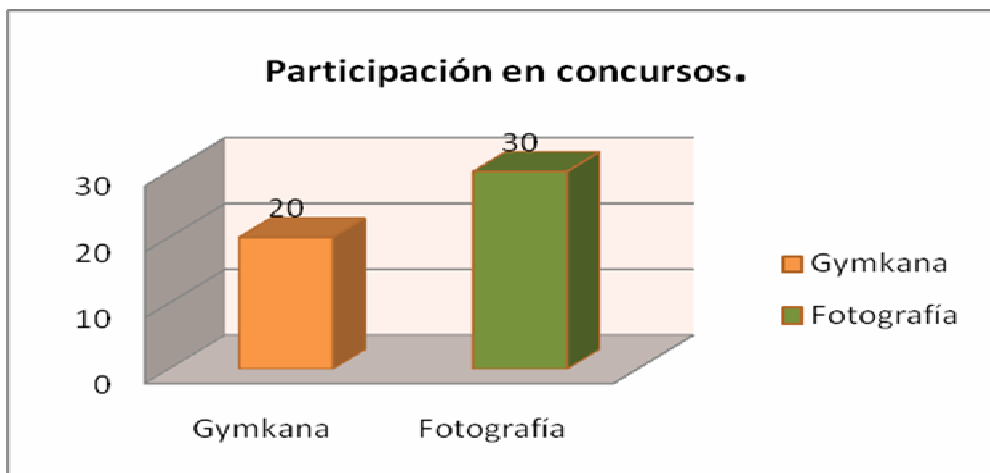
con buenas estrategias de difusión. Tradicionalmente, la metodología más empleada dentro de las universidades ha sido la cartelería, pero en la época actual, y con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TIC), se están comenzando a desarrollar otro tipo de estrategias. El estudio realizado consistió en la comparación de las estrategias de difusión de dos campañas de promoción de salud. La primera “Jornadas de la prevención laboral, los deportes de riesgo y la salud” (estrategias tradicionales a través de carteles y dípticos) y la segunda “I Jornadas Sexo en Positivo”(estrategias TICs). Las dos pertenecían a un mismo proyecto llamado “Campus salud en positivo”. Se controló que tuvieran características parecidas: mismo número de días, similitud entre el atractivo de las actividades, concurso y premios, que fueran gratuitas y que no se reconocieran como créditos de libre comunicación. Las primeras jornadas ofrecían como concurso “la “gynkana de la prevención”, cuyo premio era un viaje en globo cautivo; y la segunda un concurso de fotografía cuyo premio fueron 100 euros. Como modo de difusión, para las primeras jornadas, el Servicio de Prevención de Riesgo Laboral de la Universidad, encargó 100 carteles y 500 dípticos, que fueron repartidos por los becarios de la Oficina de Información al estudiante (OIE) del Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria (SACU), por los tres Campus de la Universidad. Para la Jornada afectivo-sexual, se utilizaron diversas estrategias (TIC): una página web diseñada especialmente para la ocasión, difusión vía radio, utilización de redes sociales (Tuenti y Facebook) y pantallas Flash. La difusión de ambas jornadas, se realizó en un plazo de una semana. Para el análisis se tuvo en cuenta el número de asistentes y el canal de información.

Resultados.

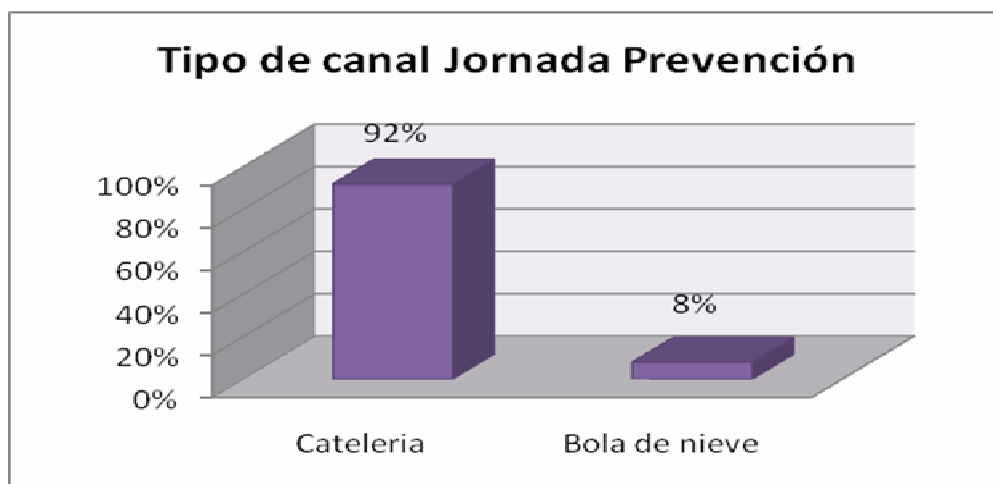
Existió una gran diferencia entre la asistencia a las dos jornadas. A la primera asistieron 52 personas y a la segunda 170.

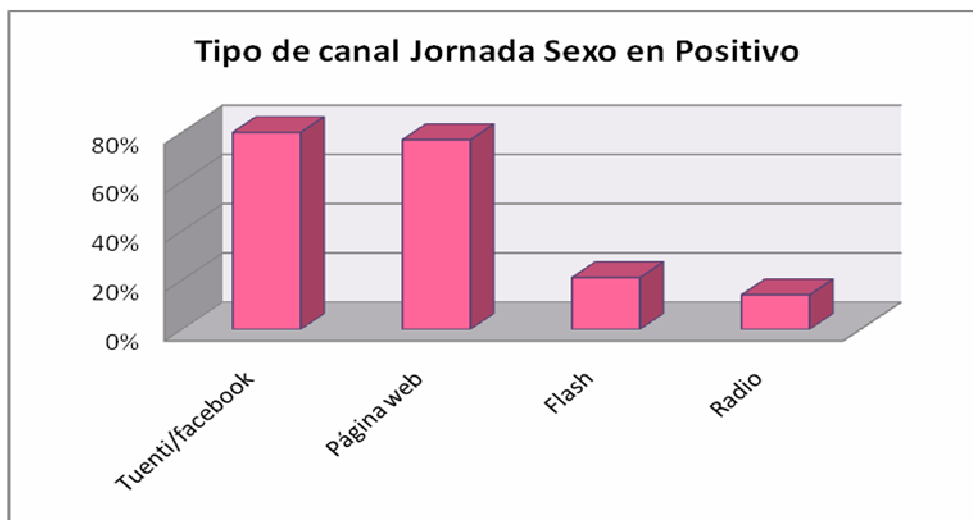


En lo que respecta a la participación en concursos y premios: a la gymkana se presentaron 20 personas y al concurso de fotografía 30.



Respecto a la difusión de las jornadas, en la primera, el 92% de los sujetos manifestó haberse informado a través de los carteles y dípticos, y el 8% a través de compañeros. En la Jornada "Sexo en Positivo", los datos reflejaron que el canal que más información transmitió fue Tuenti (80%), seguido de la página web (77%).





Discusión.

La utilización TICs en salud, está potenciando cambios hacia hábitos y estilos de vida más saludables en la Comunidad Universitaria de Huelva, fomentando la sensibilización ante las conductas de riesgo, de una forma más económica. Al reducir costos en carteles y dípticos, economizamos en recursos y fomentamos la protección del medio ambiente. Por otro lado, hemos podido comprobar que la información ha llegado más rápido, y a mayor número de personas a través de las redes sociales, coincidiendo estos datos con los resultados publicados por The Cocktail Analysis en 2010. Según hemos podido observar, tras mandar el evento vía red social, la mayoría de las personas interesadas, se dirigen a la página web para obtener información adicional. En lo que respecta a los canales de transmisión utilizados, estamos de acuerdo en que el más potente es el de las redes sociales de Facebook o Tuenti. A pesar de que el premio más llamativo de las Jornadas fue el globo cautivo (según los alumnos), la forma de presentación que más incitó a la participación fue el formato juvenil y dinámico de las redes.