

VIABILIDAD DEL USO DE FACEBOOK (POR ENCIMA DE OTRAS PLATAFORMAS) PARA LLEVAR A CABO INTERVENCIONES EN EL ÁMBITO DE LA SALUD: PROMOCIÓN DE LA SALUD (Actividad Física y Alimentación Saludable)

Resumen

En los últimos años, Internet se ha convertido en un instrumento fundamental de la “transmisión del conocimiento” en materia de salud, contexto en donde las redes sociales como Facebook está cobrando especial relevancia. En esta investigación hemos analizado la viabilidad de esta red social, a través del análisis de los grupos existentes, tanto en inglés como en español, en materia de Promoción de la Salud. Si bien, se ha confirmado que esta red social provee a sus usuarios de un espacio óptimo de intercambio de información, se han detectado diversas carencias que dificultan llevar a cabo una eficaz y efectiva intervención en materia de promoción de la salud. No obstante, una vez superadas las mismas, se ha evidenciado que la misma, posee un gran potencial sobre otras plataformas, para llevar a cabo una promoción de la salud que vaya más allá de un simple intercambio de información, de forma que a través de la promoción de la salud, se fomente y se mantenga el cambio en materia de salud, entre sus miembros.

INTRODUCCIÓN TEÓRICA

En los últimos años, el uso de las nuevas tecnologías para acceder a información clínica y a materiales de formación sobre salud y bienestar se ha convertido en una necesidad para muchos ciudadanos, pacientes y profesionales sanitarios de todo el mundo. De esta manera, Internet se ha convertido en un instrumento fundamental de la «transmisión del conocimiento» (*knowledge translation*) en salud (Pernett, Gutiérrez, Jiménez, & Tamayo, 2007). En este sentido, como indican Bender, Jiménez-Marroquin, & Jadad (2011), si bien la investigación sobre su uso para fines relacionados con la salud es limitado, las redes sociales y las comunidades virtuales (grupos) nos ofrecen un “universo” relativamente nuevo aunque lleno de potencial, en tanto representa un medio más que conveniente para el *intercambio de información* y apoyo emocional, experiencias y consejos de autoayuda (Pernett et al., 2007). De esta forma, a priori,

las comunidades virtuales o grupos como los existentes en la red social Facebook, plantean un escenario interesante, así como una oportunidad para potenciar el cambio en materia de salud en los usuarios que participan de los mismos, lo que se evidencia en diversos estudios que han analizado, con resultados satisfactorios, la creación de comunidades virtuales como medio supletorio de interrelación y difusión de información sobre prevención y promoción de la salud (González, 2010).

Teniendo en cuenta pues, lo anterior, y para la realización de esta investigación en particular, será fundamental partir de las modificaciones que el concepto de salud ha sufrido en los últimos años (con repercusiones obvias también en su promoción), conceptualizando la misma desde una perspectiva biopsicosocial, partiendo de que *“sobre nuestra salud inciden múltiples determinantes que interaccionan entre sí, entre éstos, los factores psicológicos y sociales”*, así como de *“la necesidad de asumir y potenciar la asunción de responsabilidades (carácter proactivo) por parte de las personas sobre su propia salud¹”*, y para lo cual, una red social como Facebook puede suponer una más que interesante alternativa, puesto que mediante el mismo podemos informar, intercambiar información, utilizar aplicaciones específicas... etc. de forma que *“podamos proporcionar a sus usuarios unas actitudes positivas (salud como un valor positivo) que guíen el comportamiento (erradicando por tanto, las **conductas de riesgo**² relacionadas con el mantenimiento y desarrollo de la enfermedad y llevando a cabo específicas **conductas de salud** [protectoras], como la realización de actividad física en combinación con el seguimiento de una nutrición y dieta saludables)”* de los usuarios de esta red social.

De esta forma, y siguiendo a Hernández i Encuentra et al. (2009), quizás el término o concepto que más se adecúa a nuestra investigación sea el de *eSalud*, entendida conforme a la definición que sobre la misma ofrece la OMS (2006): *“El uso, en el sector de la salud, de información digital, transmitida, almacenada u obtenida electrónicamente para el apoyo al*

¹ León Rubio, J.M. (2011). Fundamentos de la Psicología de la Salud. En *Psicología de la Salud y la Calidad de Vida*. Barcelona: UOC.

² Inactividad Física y llevar una dieta insalubre.

cuidado de la salud tanto a nivel local como a distancia” de forma que a través de esta red social, podamos realizar una óptima promoción de la salud, entendida la misma como “el proceso que capacita a los individuos y la comunidad para aumentar su control sobre los determinantes de su salud, y por tanto mejorarla” (Ballano, F., Esteban, A.; 2009).

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la investigación de la existencia en la red social Facebook, de Grupos en los que se lleve a cabo algún tipo de promoción de la salud, principalmente a través del fomento de la actividad física y una dieta saludable, se ha llevado a cabo una adaptación metodológica de la investigación llevada a cabo por Bender, J. (2011), “*Seeking Support on Facebook: A Content Analysis of Breast Cancer Groups*”. Para ello, se han realizado diversas búsquedas a través de la plataforma integrada en el motor de búsqueda de la red social Facebook, y mediante diversas palabras clave (Promoción Salud, Health Promotion...), a lo largo de los meses de Abril, Mayo y Junio de 2012.

RESULTADOS

En una primera búsqueda (realizada el 25/04/2012) a través de la plataforma integrada en el motor de búsqueda de la red social Facebook, utilizando las palabras clave “Promoción Salud, Actividad Física”, hemos encontrado un único resultado, el cual se ha descartado por tratarse de un grupo cerrado. Teniendo en cuenta este único resultado, se decide realizar una búsqueda utilizando exclusivamente las palabras clave “Promoción Salud”, obteniendo un total de 151 Grupos, de los cuales hemos excluido los que no se encontraban a disposición del público en general (Grupos Cerrados), esto es, un total de 88 Grupos (Cerrados). Además, de los 63 grupos Abiertos se han descartado también aquellos que pertenecían a alguna promoción de estudios, servicios de salud o belleza (36), grupos de alguna institución educativa (1) y grupos de Congresos o Conferencias (2) al considerarse que la información que en la misma se comparte, no es relevante para los objetivos de este estudio.

A continuación, se ha decidido ampliar la búsqueda a los grupos en inglés, realizando una primera búsqueda a través de las palabras clave “health promotion, exercise”, encontrándose un total de 5 grupos, los cuales han sido descartados, puesto que 2 de ellos se trataba de grupos cerrados, otros tres de ellos pese a ser abiertos, correspondían a alguna promoción de estudios o a alumnos de universidades y requerían para el ingreso en los mismos el correo electrónico de las mismas (como por ejemplo la página de Facebook para la comunidad de “Florida Atlantic” [*Open group within Florida Atlantic*]). A continuación se varió el perfil de búsqueda, utilizando las siguientes palabras clave: “health promotion, physical activity”, encontrándose un resultado positivo: “[sportEX - physical activity for health promotion](#)”, grupo destinado específicamente a la promoción de la salud a través de la actividad física, invitando a unirse al mismo, aportando noticias, investigaciones e información. Sin embargo, el grupo contaba con un único miembro, y en el muro, sólo se había contribuido con una aportación, un enlace directo a una página de entrenadores personales, con un claro reclamo, “*un estilo de vida saludable*”.

Teniendo en cuenta pues, estos resultados y como en el caso de la búsqueda llevada a cabo de grupos en español, se decidió buscar grupos de promoción de salud en inglés (búsqueda realizada el día 30/04/2012), mediante las palabras clave “health promotion”, obteniéndose un total de 300 grupos; de ellos, **184** son **grupos abiertos** de los cuales se han descartado 39 de ellos por pertenecer a grupos de Universidades, necesitándose una cuenta de correo electrónico propia de esa universidad (por ejemplo: Utah State, Oklahoma State, S.E. Louisiana...), 25 de ellos a promociones de clases o estudios de algún curso relacionado con la promoción de salud y otros 2 grupos por no encontrarse en inglés; además hemos descartado los **116 grupos** que están **cerrados**. De acuerdo con lo anterior, debemos destacar el número de miembros de los diversos grupos (Grupos abiertos exceptuando los 39 grupos que pertenecen a grupos de universidades) en inglés encontrados y que hemos utilizado en esta investigación, oscilando el mismo de 1 miembro a 2797 miembros, existiendo de forma preferente grupos con un único miembro (53 grupos en total lo que supone el 36,5% de la muestra). Además, se llevó a cabo

una nueva búsqueda (30/05/2012, 02/06/2012 y 05/06/2012), mediante las palabras clave “Health Promotion and Nutrition” y “Nutrition and Health Promotion”, no encontrándose ningún resultado.

Llegados a este punto, debemos destacar una circunstancia que ha tenido una gran repercusión en la fase posterior del estudio, esto es, en la extracción y Análisis de Datos, puesto que tras haberse iniciado la misma, trabajando sobre los grupos antes mentados, y al tener que realizar esta fase en varios días consecutivos, el día 27 de Mayo de 2012, al repetir la búsqueda a través de la plataforma integrada en el motor de búsqueda y utilizando las palabras clave “promoción salud”, la cantidad de grupos encontrados en español se redujo considerablemente, recuperando el motor de búsqueda de Facebook, tres únicos grupos, dos de ellos cerrados y uno abierto.

De igual modo, al repetir la búsqueda a través de la plataforma integrada en el motor de búsqueda y utilizando las palabras clave “health promotion”, la cantidad de grupos encontrados previamente se redujo drásticamente, al pasar de los 184 grupos abiertos iniciales (búsqueda realizada el día 30/04/2012) a 16 Grupos Abiertos y 5 Grupos Cerrados. Esta nueva circunstancia, fue verificada a posteriori, repitiendo la búsqueda los días 28, 29, 30, 31 de Mayo y 1 y 2 de Junio³, encontrándose la misma diferencia (con una desviación de +/- 1 ó 2 grupos conforme se creaba o cerraba algún grupo...), de forma que esta situación puede responder a una actualización o “cierre” de grupos por parte de Facebook o los creadores de los grupos⁴.

Extracción y Análisis de Datos

Así pues, la extracción y análisis de datos se llevó a cabo con los grupos finalmente disponibles, analizando, como en el estudio de (Bender et al., 2011), las características generales

³ Intentando incluso realizar la búsqueda a través de una nueva cuenta de Facebook, a través de la plataforma integrada en el motor de búsqueda de la red social, y utilizando para ello distintos ordenadores. Circunstancias que no han variado el resultado final de las búsquedas, obteniendo el mismo número de grupos para realizar el análisis.

⁴ O incluso como ha comentado algún compañero del Prácticum, “el problema puede encontrarse en la devolución de los resultados por parte de Facebook [...] variando según algún parámetro que [...] puede tener que ver con las peticiones que Facebook estará atendiendo en un determinado momento o encontrar alguna otra explicación”. Sobrino Balsa, A. (2012). Comentario en Foro Prácticum I Grupo Psinet el día 05 de Junio de 2012.

de los mismos, así como los miembros y los contenidos generados (publicaciones en el muro, fotos, vídeos... etc.), realizando para ello un análisis de contenido (de los grupos abiertos) del título del grupo, la descripción, las informaciones recientes, contenido del muro (restringiendo el análisis al contenido mostrado en la página principal del grupo)... etc.

De los Grupos Abiertos disponibles, si bien la mayor parte de ellos intentan realizar una promoción de salud con un carácter general (n= 13), 9 de ellos carecían de publicaciones recientes (no habían compartido ningún tipo de información desde el año 2010 ó 2011), y las mismas hacían referencia (promocionando la misma) a algún tipo de dieta, a una conferencia ofrecida por el “National Wellness Institute”, así como a la promoción de un sitio web externo o blogs sobre “Salud y Ejercicio” o incluso a un sitio de web de compras online; destacando la carencia de cualquier tipo de hilo conversacional, y por tanto de participación representativa entre los creadores de los grupos y sus miembros.

Por otro lado, cuatro grupos, se basan en el intercambio de estrategias y métodos para el cuidado de la salud, incorporando accesos directos a publicaciones sobre salud, ejercicio... etc. Mientras que un último grupo, intenta realizar una promoción de la salud a través de la actividad física, no obstante carece prácticamente de publicaciones en el muro. Asimismo, otro grupo, de nueva creación, intenta afrontar las adversidades que en materia de salud deben enfrentar las mujeres.

De esta forma el análisis de datos realizado los grupos finalmente disponibles condujo a la identificación de 2 tipos principales de grupos de Promoción de la Salud:

- **Grupos “Cajón de Sastre”⁵**: creados para realizar una promoción de salud “generalista”, mediante una sensibilización, apoyo, satisfaciendo las necesidades informativas de sus miembros, concienciando de los principales determinantes de la salud, así como los factores de riesgo y de promoción de la salud, para lo cual, se

⁵ Ejemplos de este tipo serían: [Health Promotion](#), [HEALTH PROMOTION](#)...

recurre a la utilización de fotografías (como una pirámide alimenticia, el símbolo de prohibido familiar), consejos (realizar actividad física, nutrición y dieta saludable), vídeos, promocionar sitios web externos mediante enlaces a esas páginas web... etc.

- ***Grupos que parten de Conductas de Salud Específicas*** (Actividad Física...): una minoría, habiendo encontrado un grupo en exclusiva, que intenta realizar una promoción de la salud a través de la actividad física.
- ***Promoción de Salud y Género***: un grupo fue creado específicamente para informar sobre las adversidades en materia de salud que afectan específicamente a las mujeres.

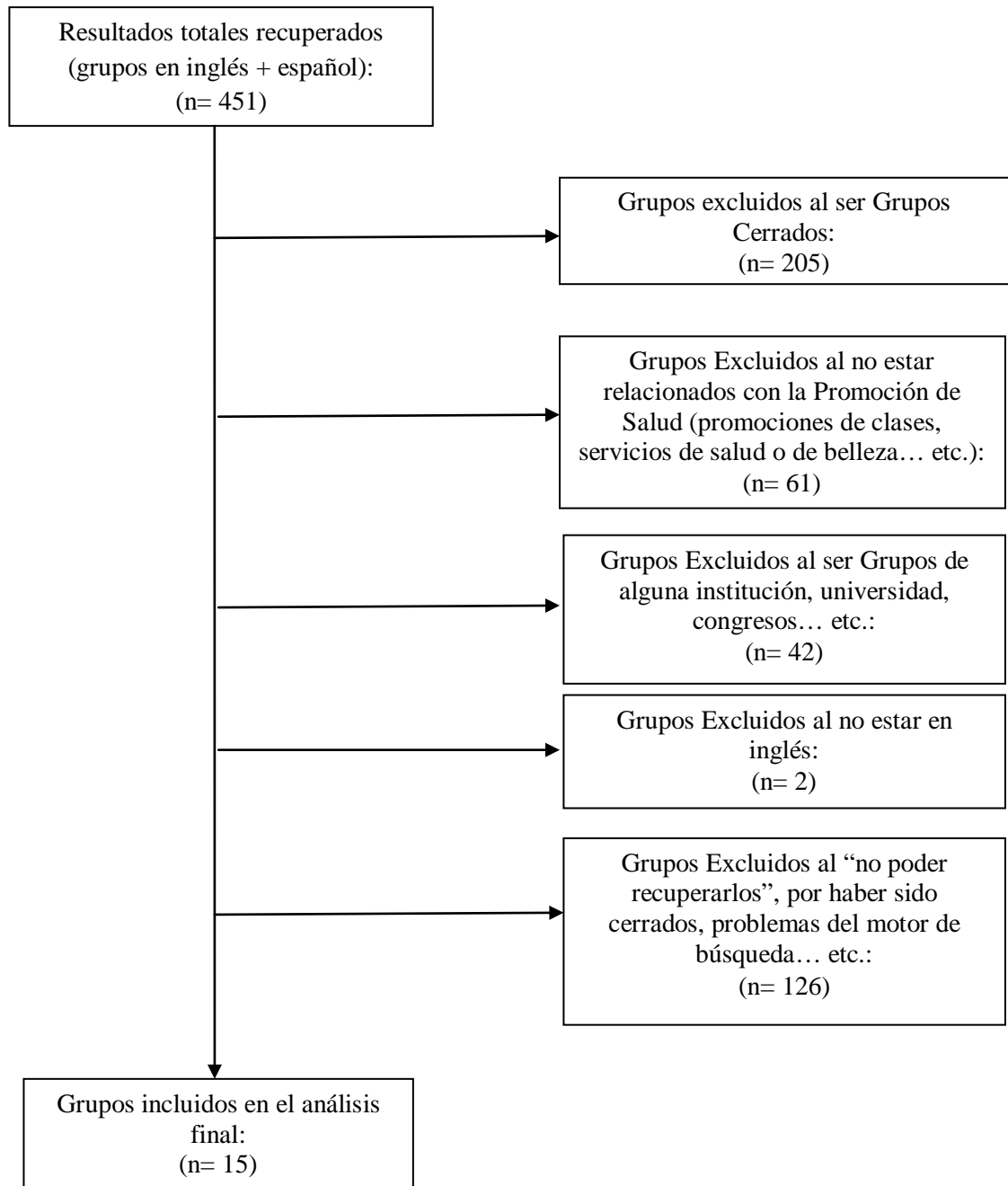


Figura 1. Diagrama del proceso de selección de grupos.

Propósito de los Grupos

Teniendo en cuenta lo anterior podemos concluir que la mayoría de los grupos analizados (13/15, 86,66%) fueron creados para informar y realizar una promoción de salud “generalista”, en la que se aprovechan las posibilidades del perfil de la red social, utilizando vídeos, fotos, comentarios, enlaces a webs externas... etc. Todo ello con la intención de concienciar y sensibilizar a sus miembros sobre la importancia de desarrollar y mantener conductas

saludables. Asimismo, un grupo (6,66%) fue creado para realizar una promoción de salud entre sus miembros a través de una conducta de salud específica, esto es, la actividad física. De igual forma, otro grupo (6,66%) fue creado para informar y concienciar sobre las adversidades que en materia de salud deben afrontar las mujeres (aunque todavía sin grandes aportaciones en el muro del grupo).

Además, cabe mencionar que, tras los problemas detectados con el motor de búsqueda, que ha impedido recuperar un número determinado de grupos respecto a las primeras búsquedas, los grupos abiertos actuales, sin contar los previamente analizados, son todos de “nueva creación”, remitiéndose la misma, al mes de mayo de este mismo año (Ejemplo de ello, son los grupos: [Women's Health Promotion](#), [BODY, MIND AND SOUL HEALTH PROMOTION SDA SINGAPORE](#)).

Tabla 1. Propósito General y tamaño de los grupos de Facebook relacionados con la promoción de la salud.

| <i>GRUPO</i> | <i>BREVE DESCRIPCIÓN DEL GRUPO</i> | <i>n (%)</i> |
|-------------------------------------|--|--------------|
| <i>Grupos “Cajón de Sastre”</i> | <i>Para aquellos interesados en las estrategias y los métodos para cuidar de la salud y prevenir enfermedades.</i> | 13 (86,66%) |
| <i>Conducta de Salud Específica</i> | <i>Este grupo es para todos aquellos interesados en la promoción de la salud mediante la actividad física. Únete a este grupo y noticias que vamos a compartir recursos e información.</i> | 1 (6,66%) |
| <i>Promoción de Salud y Género</i> | <i>No podemos hacer menos que reconocer las inmensas adversidades de salud en la mujer. Por esta razón, deseo llamar vuestra atención sobre el hecho de que, evidentemente, podemos ganar mucho a través de la concienciación sobre las cuestiones relativas a la salud.</i> | 1 (6,66%) |

DISCUSIÓN

A lo largo de las búsquedas realizadas durante esta investigación hemos encontrado un gran número de grupos (mayor cantidad de grupos en inglés que en español) relacionados con la promoción de la salud ($n= 451$) con una importante variabilidad de miembros (intergrupales), oscilando el número de miembros de los grupos de 1 a 2797, si bien posteriormente, el número de grupos disponibles para finalizar la investigación se ha visto seriamente reducido ($n= 15$).

Por otro lado, y gracias a la investigación llevada a cabo por Bender et al. (2011), hemos comprobado que una red social como Facebook proporciona un medio eficaz para la sensibilización, la recaudación de fondos y búsqueda de apoyo en relación con el cáncer de mama. No obstante, en relación a esta red social, como entorno para llevar a cabo una adecuada promoción de la salud, debemos considerar ciertas ventajas y limitaciones que se han hallado a lo largo de la investigación.

Como se ha comentado, hemos comprobado que la mayoría de los grupos consultados (Grupos “Cajón de Sastre”) no tienen un objetivo específico y definido sobre la promoción de la salud, lo que unido a que su creación parte de personas físicas sin ningún respaldo institucional y/o profesional, puesto que ninguno de ellos parecían ser profesionales de la salud (como por ejemplo, de la psicología, medicina... etc.) o asociados con alguna organización o asociación de la salud, no ayuda a la percepción de la veracidad de la información⁶, ni favorece un adecuado seguimiento de las publicaciones en los respectivos muros de los grupos (esto bien podría explicar que en el momento de creación del grupo el número de miembros aumente, así como la participación, publicaciones, etc. para disminuir a posteriori, al no percibir no sólo continuidad en la publicación del contenido sino tampoco credibilidad sobre el contenido publicado). De hecho, este es un aspecto realmente llamativo en los diferentes grupos analizados, puesto que la mayor parte de los grupos recuperados en las primeras búsquedas, no sólo eran grupos de

⁶ Este es un aspecto que destaca Hernández y Encuentra, E. et al. (2009), cuando indica que en la actualidad existe una gran preocupación por la calidad de la información que en materia de salud existe en la Red, máxime cuando (como nos muestra una Red social como Facebook) todo el mundo puede ser consumidor y proveedor de información al mismo tiempo, y por lo tanto, evaluador y regulador de ésta.

creación muy antigua, sino que los últimos comentarios y publicaciones remitían al año 2010 y/o 2011, tendencia que se repite en los grupos recuperados en las últimas búsquedas, puesto que si bien, se trataban la mayor parte de grupos de “nueva creación”, no existía un hilo de conversación y participación significativo, existiendo pocas publicaciones en el muro y participación en general de sus miembros (algo que sucede también en los grupos restantes: *Grupos que parten de Conductas de Salud Específicas* (Actividad Física...) y *Promoción de Salud y Género*).

Además, llama la atención que en la mayoría de grupos consultados, las publicaciones en materia de promoción de la salud, se centran en compartir algún enlace a una web externa, o alguna fotografía y/o vídeo, limitando mucho el uso de consejos, de los chats en directo, la posibilidad de establecer foros de discusión, informar y compartir y por qué no diseñar algún tipo de aplicación que ayude en la promoción de la salud, como por ejemplo la aplicación diseñada por la “Diabetes Hand Foundation”: *HealthSeeker*⁷, juego que si bien ha sido desarrollado para ayudar a las personas aquejadas de Diabetes, supone un ejemplo perfecto sobre la potencialidad de una red social como Facebook para diseñar y aplicar herramientas que favorecen no sólo la interactividad, sino que mediante el juego (aspecto fundamental que incide directamente, mejorándola, no sólo en la participación e involucración del usuario sino también en el propio aprendizaje), se consigue realizar una más que efectiva promoción de la salud, aprendiendo a incorporar cambios saludables en el estilo de vida individual con el apoyo de los amigos (no en vano, se trata de una red social...), adoptando de esta forma, un estilo de vida saludable.

En relación con lo anterior debemos destacar otra limitación importante, y es la relativa al acceso al contenido publicado en el muro de los grupos, puesto que si bien en las páginas de los mismos existen campos específicos para buscar alguna publicación o palabra, este debe ser específico, de forma que nos encontramos que cuando existe mucha actividad en un grupo (lo

⁷ https://apps.facebook.com/healthseeker/?fb_source=search&ref=ts

que se traduce en el número de publicaciones) el acceso a determinado contenido (publicaciones con cierta antigüedad) no es sencillo. A este respecto se pronuncian Hinchliffe y Mummery (2008. En Fernández Ozcorta, E.J. et al.; 2011), destacando la importancia de la organización de los contenidos cuando los mismos están relacionados con la salud. Por lo tanto, el ajustarse al perfil de la página que proporciona el Facebook puede ser un hándicap (además de tener que adaptarse a las variaciones del mismo “impuestos” por el Facebook), en cuanto a longitud de página se refiere, cuando hay muchas publicaciones, no facilitando la navegación y acceso a los contenidos. A este respecto, sería muy importante poder colaborar con los programadores del Facebook, de forma que pudieran permitir el clasificar y distribuir el contenido por temática, por fecha de publicación⁸... por ejemplo, mediante carpetas habilitadas a tal efecto, o mediante enlaces a través de los que se accedan a submenús desplegables que muestren el contenido de cada categoría, etc. evitándose de esta forma la desorientación y facilitando por tanto la navegación entre el contenido publicado. Por otro lado, no debemos olvidar que los responsables del grupo tienen que llevar a cabo una adecuada actualización y control de lo publicado en sus muros, puesto que como hemos visto, el anonimato que favorecen las redes sociales como Facebook, permite que usuarios, bajo nombres y perfiles falsos, publiquen contenido no relevante y fuera de lugar en la página del grupo, dificultando el seguimiento de la información y contenido publicado.

CONCLUSIONES

Si bien, teniendo en cuenta los datos hasta aquí analizados, podríamos en un principio concluir, como indica Eysenbach (2004), que es difícil encontrar una evidencia sólida sobre los beneficios para la salud de las comunidades virtuales y del apoyo online en las interacciones de “igual a igual”, así como en este caso, de los grupos creados en Facebook para realizar una

⁸ Algo que podemos ver por ejemplo, en el Proyecto Fresneda, “Una iniciativa de una red de voluntarios de la comunidad que, aportando parte de su tiempo y de sus habilidades de forma desinteresada, aspiran a elevar los niveles de salud de los habitantes [...] mediante un proceso continuo de promoción de estilos de vida saludables, refuerzo del apoyo social y mejoras en el medio ambiente”, y donde se clasifica el diferente contenido en diferentes “áreas de trabajo” facilitando el acceso al mismo. <http://www.proyectofresneda.org/indice.html>

promoción de la salud⁹, sin duda, y siempre que se tengan en cuenta las limitaciones aquí planteadas¹⁰, una red social como Facebook, posee un gran potencial sobre otras plataformas (como el Twitter¹¹, por ejemplo), por los recursos que permite emplear (pudiendo incluso desarrollar e implementar programas específicos, mediante la colaboración con los programadores de la red social...), para llevar a cabo una promoción de la salud que vaya más allá de un simple intercambio de información, de forma que a través de la misma, se fomente y se mantenga el cambio en materia de salud, entre sus miembros¹².

Bibliografía

- Bender, J., Jiménez-Marroquin, M. C., & Jadad, A. R. (2011). Seeking support on facebook: A content analysis of breast cancer groups. <http://www.Jmir.org/2011/1/e16/>, 13(1)
- Eysenbach, G. (2004). Health related virtual communities and electronic support groups: Systematic review of the effects of online peer to peer interactions. *BMJ.British Medical Journal*, 328(7449), 1166.
- González Jurado, J. A. (2004). La actividad física orientada a la promoción de la salud. *EA, Escuela Abierta: Revista De Investigación Educativa*, (7), 73-96.
- González, E. E. (2010). Comunidades web como herramienta para la promoción de la salud y prevención de enfermedades. *Rev Esp Com Sal*, 1(1), 2-7.

⁹ Al menos en el nivel en que las personas que deciden agregarse a un grupo que realiza algún tipo de promoción de la salud, comparten un perfil específico, con cierta propensión o motivación al cambio, mas quizás, por lo que hemos visto, puede ser que el entorno que facilita esta red social, sólo fue aprovechado para realizar un mero intercambio de información, no siendo de esta forma, lo suficientemente adecuado como para garantizar que realmente un cambio en materia de salud se produzca en la vida de sus miembros, y sobre todo para que el mismo se mantenga, de forma que el efecto de los grupos online de apoyo relacionados con la promoción de la salud aún no está claro...

¹⁰ Que el grupo esté avalado por alguna institución de salud, especialista o profesional de este ámbito en concreto, de forma que dé credibilidad, veracidad y calidad a los contenidos publicados (y cuya intervención parta de la toma en consideración de alguno de los modelos de salud que se han visto efectivos en la promoción de la salud: por ejemplo, que potencien unas actitudes positivas en los usuarios en materia de prevención, que aumenten la percepción de riesgo, sus expectativas de resultado en términos de éxito, así como la autoeficacia percibida [Proceso de Acción a Favor de la Salud]); que se promueva un espacio de discusión, debate, de apoyo sobre cuestiones en materia de salud que vayan más allá de la mera información; que se desarrollen e implementen en los grupos aplicaciones específicas que fomenten una vida saludable (como el HealthSeeker...), etc.

¹¹ En esta red social, y como idea surgida de la iniciativa UOC&PLUGGED, hemos visto cómo se intenta a la población a realizar actividad física, contagiando de esta forma hábitos de vida saludable: [#tuitactiu: l'activitat física 2.0. ACTIVAT CORRECTAMENT I CONTAGIA ACTIVITAT!](#)

¹² Lo cual, teniendo en cuenta las últimas investigaciones sobre las redes sociales, ello implicará además, que otras personas también cambien, puesto que la interconexión que estas redes sociales permiten, supone que otras personas (hasta tres grados de separación) se contagien de estas actitudes y comportamientos. Fowler, J. (2012). "El poder de las Redes Sociales". Capítulo Redes. Disponible en línea, recuperado el día 20 de Mayo de 2012 de <http://www.rtve.es/television/20110403/poder-redes-sociales/421888.shtml>

Hernández i Encuentra, E., Armayones, M., Boixadós i Anglès, M., Guillamón Cano, N., Gómez Zúñiga, B., Pousada, M., . . . Valiente Barros, L. (2009). *Salud y red*. Barcelona: Uoc.

Pernett, J. J., Gutiérrez, J. F. G., Jiménez, J. L. M., & Tamayo, C. B. (2007). Tendencias en el uso de internet como fuente de información sobre salud. *UOC Papers.Revista Sobre La Sociedad Del Conocimiento*, (004), 44-50.

Fernández Ozcorta, E.J. et al. (2011). Evaluación de la Usabilidad de un sitio Web Educativo y de Promoción de la Salud en el Contexto Universitario.

Fowler, J. (2012). “El poder de las Redes Sociales”. Capítulo Redes. Disponible en línea, recuperado el día 20 de Mayo de 2012 de <http://www.rtve.es/television/20110403/poder-redes-sociales/421888.shtml>

León Rubio, J.M. (2011). Fundamentos de la Psicología de la Salud. En *Psicología de la Salud y la Calidad de Vida*. Barcelona: UOC.

León Rubio, J.M., Medina Anzano, S. (2011). Definición y delimitación conceptual de la psicología de la salud. En *Psicología de la Salud y la Calidad de Vida*. Barcelona: UOC.

León Rubio, J.M., Medina Anzano, S. (2011). Modelos explicativos de la psicología de la salud. Material Didáctico “Psicología de la Salud y de la Calidad de Vida”. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.