


Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional

Autor: María Teresa Sánchez Blas
Directores: Dra. Beni Gómez y Dr. Manuel Armayones
Curso 2010 - 2011. 2º Semestre.

Máster Sociedad de la Información y la Comunicación
Especialidad: Cultura, Comunicación y Sociedad

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Resumen

En los últimos años un gran número de redes sociales en el ámbito de la salud han aparecido en Internet con el objetivo de dar respuesta a la necesidad de participación de los usuarios y tratar de unir sus intereses con los de profesionales médicos y organismos relacionados.

En paralelo, el formato video está teniendo relevancia como medio de comunicación. Sólo hay que echar un vistazo a las estadísticas Alexa que sitúan YouTube como la 4ª página más vista en España, o la encuesta de usuarios de Internet (AIMC, 2010) donde el 71.7% de las actividades realizadas es el visionado de vídeos.

En EEUU comenzó a explorarse la combinación de ambos elementos con algunas iniciativas interesantes, pero se desconoce en nuestro ámbito nacional si esta tendencia se ha extendido. A través de este artículo se describe la investigación realizada en el ámbito de los organismos sanitarios y asociaciones de pacientes, para determinar en qué grado se utiliza el contexto visual. El resultado indica que tras el inicial impulso, se está canalizando hacia iniciativas institucionales de información sanitaria audiovisual, así como a la utilización como elemento de información en los grupos sociales, el cual logra por ahora tibios resultados interactivos.

Palabras clave: salud, video, red social, empoderamiento, comunicación

Tema: Comunicación a través del video

Abstract


In the last few years a large number of social networks in the field of health has appeared on the Internet in order to answer to the need for participation of users and try to join users, medical professionals and related organizations' interests.

In parallel, the video format is being relevant as a means of communication. Just take a look at the Alexa statistics, that put YouTube as the 4th most viewed images of Spain, or the survey of Internet users (AIMC, 2010) where 71.7% of the activities is the viewing of videos.

In the United States the combination of both has begun to be explored but it is unknown whether our national trend has spread or not. A research in the field of health agencies and patient groups has been done through this article, to determine to what extent the visual context is used. The result indicates that, after the first initial impulse, it is channeled towards institutional initiatives of audiovisual health information and to the use as a communicative element in social groups, which now it's achieving the light interactive results.

Keywords: health, video, social network, empowerment, communication

Topic: Communication through video resources

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Introducción


La utilización de grupos online en internet puede lograr que los ciudadanos se sientan más informados y consigan empoderarse y convertirse en e-pacientes (término definido por Ferguson y otros, 2004). En (Keelan y otros, 2007) amplían esta idea y ven el video como uno de los posibles medios a través del cual los pacientes pueden involucrarse dentro del sistema sanitario y participar activamente en el proceso de salud, bien obteniendo información o siendo productores de la misma. En este sentido, los audiovisuales son considerados un medio que permite presentar información a los ciudadanos de un modo más rápido y efectivo, de forma que llega a una mayor audiencia y logra que los contenidos sean más accesibles, con información dinámica y atrayente (PewInternet, 2011).

Este tipo de simbiosis ha producido iniciativas interesantes tanto a nivel institucional como personal. Podemos comentar los casos de European Organisation for Rare Disease, Tudiabetes.org o la Clínica Mayo con más de 1300 videos subidos desde sus inicios en junio de 2006, tanto de pacientes, profesionales médicos o de la institución. También de manera individual está el caso de 1happydiabetic, donde un americano desde el año 2007 expone sus ideas y prácticas de cómo vivir la diabetes, a través de sus videos personales, y es considerado uno de los 3 canales más populares sobre diabetes (Fernandez-Luque, 2008). Esto no debe sorprendernos porque tal como observó (Denzin,1998) “No nos podemos imaginar a América sin sus grupos de autoayuda. Y no podemos imaginar a una América que no esté enamorada de la tecnología. El ciberespacio y el movimiento de recuperación fueron hechos el uno para el otro.”, (Woolgar y otros, 2005). Es decir, es muy probable que la propia filosofía de vida provoque que se elija este tipo de medios como apoyo social.

Es tal el grado de uso en estos ámbitos, que ya se han realizado estudios sobre el nivel de información que se comparte vía la creación de videos o los propios comentarios que hay en torno a ellos, para detectar riesgos de confidencialidad de la información, que vulneren al propio paciente sin que éste sea consciente de ello (Fernandez-Luque y otros, 2009)

Estos ejemplos nos llevan a pensar, por un lado, el creciente interés que desde el 2006 las instituciones sanitarias han tenido en producir material visual para compartir con sus pacientes, y por otro que el grado de empoderamiento de éstos, puede generar la figura de apomediarios, externos a las instituciones sanitarias, que acompañan esta difusión sanitaria a través de la provisión de información personalizada, procesada para que sea entendible por pacientes con menor nivel de conocimiento (Gavilán y otros, 2010)

Con el estudio previo de las plataformas y grupos sociales que han comenzado a compartir videos como medio de difusión de información sanitaria, a nivel nacional, se pretende disponer de una muestra para analizar información cuantitativa sobre el tipo de enfoque que se está realizando y por otro lado, detectar cuales son las iniciativas que han tenido un mayor éxito e identificarlas como casos de buenas prácticas.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Objetivo

El objetivo de este artículo, planteado dentro del ámbito de las redes sociales online de salud, es analizar si se utiliza el video como elemento de comunicación y detectar las buenas prácticas.

A través de la observación de las iniciativas incluidas en una muestra a nivel nacional, se quiere conocer cual es el grado de uso, canales que se utilizan como medio de difusión y grado de interactividad que se obtiene al publicar o enlazar videos, con el objetivo de detectar si se han producido sinergias entre conocimiento sanitario audiovisual y necesidades de los pacientes y profesionales de la medicina.

Metodología

En primer lugar, se especifican una serie de consideraciones que se han tenido en cuenta para poder establecer las bases que han definido el ámbito de la investigación.

Cuando hablamos de grupos sociales online, hemos querido ceñirnos a un tipo de redes sociales que podrían ajustarse a la descripción que (Rheingold, 1993:5), citado en (Jones, 1998), realiza sobre una comunidad online, “agregaciones sociales que emergen on-line cuando una cantidad suficiente de personas mantiene discusiones públicas durante un tiempo suficiente con un sentimiento humano suficiente como para formar tejidos de relaciones sociales”. En ese sentido, son grupos online donde normalmente es necesario identificarse, tienen utilidades para poder configurar un perfil personal, y disponen de foros y/o facilidades para poder comentar y valorar el material audiovisual que se comparte en el grupo.

Por otra parte, los contenidos audiovisuales pueden ser de distintos formatos, pero en el estudio se ha restringido a grabaciones en formato video, que pueden estar disponibles en plataformas como YouTube o Vimeo, o incluidos dentro del portal como fichero mpg o avi.

A lo largo del artículo utilizaremos indistintamente las palabras usuarios, ciudadanos o pacientes, para hablar de los participantes que se conectan e interactúan en estas iniciativas, dado que tanto unas como otras reflejan a las personas que acceden a estos medios.

Selección de las Iniciativas analizadas

En cuanto al ámbito de la búsqueda, el número de grupos sociales online, que responden a una red social con contenidos sociosanitarios, es muy amplio. A modo de ejemplo se pueden citar los grupos existentes en Yahoo, donde se localizan 658 grupos tipificados en la categoría Enfermedades y Trastornos o los grupos de Google, 6314 grupos catalogados en la categoría de Enfermedades. Estos datos nos proporcionan una idea sobre el amplio espectro de posibles grupos que se puede revisar, sin citar el nº de grupos o páginas existentes en Facebook, cuyo objetivo gira en torno al tema de la salud.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Por ello, la búsqueda se ha realizado en un ámbito reducido. Por un lado se ha consultado en las web o redes sociales de algunas instituciones sanitarias, las cuales consideramos pueden ser los mayores productores de contenidos online en materia de salud, y por otra se han realizado búsquedas abiertas, con determinadas condiciones, para localizar las iniciativas de asociaciones de pacientes o privadas. A continuación describimos las acciones realizadas, para que se pueda conocer el ámbito sobre el cual se ha actuado:

- **Organismos autonómicos de salud.** En concreto, las consejerías que tienen las competencias para desarrollar políticas sanitarias dentro de su comunidad autónoma. Por ello se ha realizado una revisión de las páginas web que dichas instituciones tienen disponible, en la búsqueda de alguna iniciativa de red social en la cual se utilice el material audiovisual descrito.

La primera página a consultar ha sido la institucional: “Consejería de Salud o Sanidad X” y “Servicio de Salud X”, y a partir de esa web se han realizado cuatro tipos de análisis:

- Se ha examinado, a través de la utilidad del buscador disponible por el portal, el nº de entradas que se localizan al indicar la palabra “video”. De las entradas que se localizaban, si su número era elevado, mayor que 50, se ha restringido a “Descarga de video” o “video” y ”salud”, etc. de forma que se redujera el número de elementos de salida, para realizar su lectura.
- Se ha consultado si se disponía de una videoteca, para revisar qué utilidades disponía ésta y si podría considerarse dentro del estudio.
- Se ha consultado los canales sociales, tales como Facebook, YouTube o Vimeo, para observar si se comparten o publican videos y revisar grado de interacción.
- Por último, se ha tratado de localizar algún enlace sobre iniciativas de grupos sociales que promoviera esta institución. Cuando era el caso, se ha realizado la conexión y se ha revisado si dicha iniciativa disponía de las características para poder incorporarla al estudio.

- **Entidades hospitalarias.** El número de entidades sanitarias de ámbito nacional que cubren tanto la atención primaria como especializada, es bastante extenso, por lo que nos hemos centrado en las entidades hospitalarias. Para limitar el ámbito de análisis nos hemos ceñido a una web que mantiene ObservaTICs, de la Universidad de Valencia, que dispone de utilidades para conocer qué entidades utilizan los medios sociales. En el análisis nos hemos centrado en los 38 hospitales, que según esta página web, disponía de red social, revisando tanto sus páginas instituciones como sus canales sociales.

En las web se ha buscado por la palabra video, para tratar de localizar alguna iniciativa que cumpliera los requisitos indicados anteriormente.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Aquellos canales de Facebook donde era necesario darse de alta, “hacerse fan” para poder entrar, no se han considerado, dado que en este ámbito se está buscando canales genéricos a la ciudadanía y por tanto “muros de publicación” abiertos.

- **Redes sociosanitarias y/o plataformas visuales.** Dado que se quiere observar en estas redes el uso que se está realizando de los medios audiovisuales, se ha restringido la búsqueda a aquellas redes sociales que hagan uso del video como un medio de difusión, ya sea utilizando el entorno de YouTube, Vimeo o sus propias webs. Para ello se ha utilizado el buscador Google por las siguientes palabras clave:
 - Para concentrar la búsqueda de las iniciativas, se han incluido las palabras: “red social”, “grupo online”, “grupo social” o “asociación”.
 - Para determinar la temática general: salud.
 - Para localizar sitios no generalistas, se incluyó una palabra clave adicional. Para ello se han seleccionado cinco enfermedades de mayor prevalencia (Cáncer, Sida, EPOC, Cardiopatía y Esquizofrenia) y cinco enfermedades raras (Fibrosis Quística, Síndrome X Frágil, Cornelia de Lange, Enfermedades Neuromusculares degenerativas y Síndrome de Lowe).


Como se comentaba, el objetivo inicial de estas búsquedas previas era obtener información para conformar una muestra sobre la cual realizar la investigación. Por ello, de los resultados que se obtenían, se eliminaron las entradas que no eran iniciativas nacionales, no podían clasificarse como red social o como plataforma visual (según las características especificadas anteriormente) o no tenían actividad posterior al 1 de enero de 2011 (dado que se han considerado proyectos no vivos y por tanto a no incluir en la muestra). De forma adicional, algunos de los links han servido para localizar noticias o comentarios, que han llevado a encontrar iniciativas que se ajustaban inicialmente a las características determinadas en el estudio, por lo cual se han incluido dentro de la muestra.

Procedimiento

Con las entradas que se obtenían, se ha procedido a analizar qué tipo de información compartían en este formato, y si disponían de utilidades para valorar o comentar. También se ha verificado si realmente tenían un enlace a video y, en caso afirmativo, valorar qué tipo de información se publicaba, con el objetivo de conocer cual era la misión de dicho elemento visual.

En ese sentido se han establecido cuatro categorías en función de, si el elemento de video es soporte a una noticia, si es claramente institucional y se difunde información del organismo o asociación, si es un video donde se realiza la grabación de un congreso o seminario o, por último, si el video ha sido realizado con el objeto de proporcionar información o consejo para enseñar a los usuarios.

Con los datos resultantes de este análisis, de forma adicional al objetivo principal, se han obtenido datos que proporcionan una aproximación sobre cómo se está utilizando el formato

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

audiovisual en la red que conforman las organizaciones relacionadas con la salud, sobre las cuales se ha realizado dicho estudio.

Para poder obtener la información de opinión del conjunto de iniciativas que se incorporaron a la muestra, se diseñaron dos modelos de cuestionario, basado en formulario online de Google Docs, que se remitieron vía correo electrónico o bien a través de formulario de puesta en contacto de sus web, para solicitar la participación de los responsables en el estudio.



Uso del video en plataformas sociosanitarias

El artículo para el cual solicitamos su participación, se plantea dentro del ámbito de las redes sociales y plataformas de salud, como estudio para determinar cómo el contexto visual que puede proporcionarse a través de los videos, puede definir el grado de uso de la misma, así como favorecer el objetivo que se propone con la utilización de dicha plataforma.

El presente cuestionario pretende recoger su experiencia así como su opinión sobre dicho uso, en el marco de su iniciativa.

** Required*

Confirmación de participación

A continuación, le formulamos una serie de preguntas para confirmar que está conforme en participar en esta investigación así como que su iniciativa tiene las características que estamos analizando.

¿Está conforme con que sus datos sean publicados en el artículo? *

¿Nos autoriza a que una explotación global de los datos de esta encuesta sea utilizada con fines de investigación? En el artículo los datos de su iniciativa serán citados y analizados de manera global. Se elaborará y se le enviará un informe global sobre el uso de vídeo en distintas iniciativas en agradecimiento a su colaboración.

Sí, estoy conforme

No, no acepto


En su plataforma, ¿se tratan temas sanitarios? *

Salud en general, buenas prácticas con respecto a hábitos saludables, consejos o recomendaciones de enfermedades específicas, etc.

Figura 1. Cuestionario de opinión

En el cuestionario, tras unas primeras preguntas para confirmar la participación en la encuesta y verificar que tenían las características determinadas en el estudio, se les solicitaba valoración y opinión sobre determinados grupos de información:

- Tipo de videos que suelen enlazar o publicar.
- Medios empleados para su generación.
- Objetivo que se consigue o favorece con el uso del video, según su valoración.
- Opiniones sobre la participación de paciente en la realización de videos y las dificultades que consideran pueden éstos tener.
- Opinión sobre el interés y/o preparación de los profesionales médicos sobre la generación de videos.
- Expectativas futuras con respecto al uso del video.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

A estos cuestionarios, respondieron cuatro grupos sociales y una plataforma, y en este artículo se describe de forma genérica su opinión.


Resultados

A continuación se describe el resultado de esta investigación inicial, realizada entre el 26 de abril y el 7 de mayo de 2011, que ha servido para delimitar sobre qué grupo de entradas se realizaría el posterior análisis cuantitativo.

Organismos autonómicos de salud

En la exploración previa realizada, en un primer momento se ha constatado que algunas comunidades autónomas utilizan la vía de las redes sociales como complemento a sus páginas institucionales, para difundir información, ya sea visual o textual, siendo destacables las de Andalucía, Aragón, Cataluña y La Rioja.

Comunidad o ciudad autónoma	Iniciativas	Videos en YouTube /Vimeo	Enlaces a videos Facebook	Enlaces y/o videos en su web
Andalucía	Web Institucional Consejería de salud			146
	Web Servicio Andaluz de salud			178
	Consejería de salud en YouTube	12		
	Canal Facebook			
	Escuela de Paciente YouTube	25		
	Escuela de Paciente en Facebook		2	
	Informarse es salud			>100
Aragón	Consejería de salud en Youtube	21		
	Web Servicio Aragonés de salud			310
Asturias	Servicio de Salud			1
Baleares	Portal de salud de la Consejería de Salud y Consumo			1
Canarias	Consejería de Sanidad			
	Servicio Canario de salud			18
	Si cumples catorce	2		
Cantabria	Consejería de Sanidad			
	Servicio Cántabro de Salud			0
Castilla y León	Portal de Salud			12
	Aula de Pacientes			5
Castilla la Mancha	Servicio de Salud			62
Cataluña	Gencat			
	Institut Català de la Salut			
	Canal Facebook del L'Institut Català de la Salut			3
	Canal Facebook del TicSalut		>100	
	Canal en Youtube TicSalut			
	Canal en Vimeo de TicSalut	125		
Ceuta	Consejería de Sanidad y Consumo			

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Euskadi	Departamento de Sanidad y Consumo			276
Extremadura	Portal Salud Extremadura			1
Galicia	Consellería de Sanidade			36
	Espacio de audiovisuales			10
	Escola Galega de Saude para Ciudadans			2
La Rioja	Rioja Salud			18
	Canal Facebook		25	
	Canal Youtube	115		
Madrid	Comunidad de Madrid/ Consejería de Sanidad			2640
	CanalCam TV			41
	Lista de reproducción en canal Youtube			
	Salud Madrid			83
Melilla	Área de salud de Melilla			
Murcia	Portal sanitario de Murcia			153
	Red Social de profesionales de la salud			
Navarra	Web Departamento de Salud			
	SaludTV			46
Comunidad Valencia	Web Consellería de Sanitat			10
	Biblioteca digital de la Conselleria de Sanitat			52
	Cuídate			13


Figura 2. Utilización de canales sociales y cantidad de videos disponibles por cada canal social consultado de instituciones autonómicas de salud

Para la difusión de videos, el canal más utilizado es la propia web, seguido muy de lejos por el canal YouTube/Vimeo y el canal de Facebook. Por un lado es lógico, dado que estos canales sociales no son por ahora explorados como vía de comunicación con la ciudadanía. En algunos se detectaron videos, pero eran subidos o enlazados con fecha anterior al periodo determinado en el estudio y por ello aparecen como canal disponible, pero sin especifica el nº de videos localizados. En otros, el nº de videos se indica como >100 dado que no se ofrece el número total y su número es relativamente elevado como para contarlos.

En general, el contenido visual de estas páginas suele ser enlaces a videos de sus propias plataformas, la retransmisión de noticias o la difusión de congresos en los que han participado.

La mayoría de las comunidades autónomas disponen de una videoteca y algunas, como describiremos en el siguiente apartado, han generado portales con producción de videos, enfocados a educar a la ciudadanía sobre enfermedades comunes así como prevención sobre algunas adicciones.

En cuanto al nivel de interactividad que tienen los elementos de video en las páginas analizadas, revelan que la mayoría, salvo el canal TicSalut (Cataluña) en Vimeo, y en algunas iniciativas del organismo de Andalucía, no ha producido ningún tipo de participación. También se ha

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

constatado que en algunos de los canales, no se permitía la valoración o la incorporación de comentarios, por lo que ésta podría ser una de las razones para su inexistencia.


En las demás comunidades autónomas, a través de su buscador se han podido localizar, en mayor o menor medida, entradas que enlazan con video, pero no se ha encontrado ninguna plataforma o grupo social, de las características que se han determinado, que sirva de alojamiento y disponga de utilidades colaborativas.

Las iniciativas que podrían considerarse dentro de la muestra de redes sociales y plataformas visuales sociosanitarias se han incluido en el estudio y son analizadas con más detalles en los apartados siguientes.

Instituciones hospitalarias

Dentro de las instituciones hospitalarias, se ha podido constatar que de los 923 hospitales registrados en la web que ha servido de base en el estudio, un porcentaje mínimo dispone de canales sociales. De los 38 hospitales iniciales, se han eliminado aquellos que no eran institucionales (sino iniciativas de personal que trabaja allí). En la siguiente tabla, se representa cada uno de los canales consultados, indicándose el número de videos localizados. Se indica 0 cuando se dispone del canal, pero no hay videos enlazados o éstos están fuera del ámbito de estudio (videos subidos anteriores al 1 de enero de 2011).

Hospital	Videos en Youtube/Vimeo	Enlaces a videos Facebook	Enlaces a videos en su web
HOSPITAL COMARCAL INFANTA MARGARITA	6	7	0
HOSPITAL REINA SOFÍA		0	0
HOSPITAL VIRGEN DEL ROCÍO		0	0
HOSPITAL DEL VINALOPÓ		0	0
HOSPITAL TORREVIEJA SALUD UTE	22	9	0
HOSPITAL GENERAL UNIVERSITARIO DE VALENCIA	3	5	0
HOSPITAL UNIVERSITARIO LA FE	53	0	0
HOSPITAL POVISA S.A		0	0
HOSPITAL DE FUENLABRADA*		0	1
HOSPITAL DEL HENARES*		0	0
HOSPITAL RUBER INTERNACIONAL	0		
HOSPITAL UNIVERSITARIO DE LA PRINCESA		0	1
HOSPITAL UNIVERSITARIO LA PAZ			3
HOSPITAL UNIVERSITARIO PUERTA DE HIERRO MAJADAHONDA		0	0
CLINICA UNIVERSITARIA DE NAVARRA	2	1	3

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

CLINICA JUANEDA		0	
CLINICA SALUS MENORCA S.L	0		
CLINICA USP PALMAPLANAS		20	
HOSPITAL GENERAL DE MURO		0	
HOSPITAL SON DURETA		0	2
HOSPITAL UNIVERSITARIO MARQUÉS DE VALDECILLA		0	43
HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS	1		7
CENTRO INTERNACIONAL DE MEDICINA AVANZADA, SA (CIMA)		1	1
HOSPITAL CLINIC I PROVINCIAL DE BARCELONA	0		4
HOSPITAL COMARCAL DE L'ALT PENEDÈS	0	0	1
HOSPITAL DE SABADELL	0		0
HOSPITAL DE SANT JOAN DE DÈU	30	12	
HOSPITAL UNIVERSITARI DE BELLVITGE	0		58
HOSPITAL SANTA CATERINA		0	0
HOSPITAL UNIVERSITARI ARNAU DE VILANOVA DE LLEIDA		0	0
CLÍNICA TERRES DE L'EBRE		0	0

Figura 3. Utilización de canales sociales y cantidad de videos disponibles por cada canal social consultado de instituciones hospitalarias

Sólo un mínimo porcentaje está registrado en Facebook de manera institucional, utilizando la mayoría de ellos su perfil para enlazar a videos o disponer de una sección audiovisual. Igualmente, sólo algunos de hospitales disponen de canal en YouTube o Vimeo, y en la mayoría de los casos los videos que están subidos no entran dentro del ámbito del estudio, por lo que puede que el canal esté antiguo y haya dejado de usarse o bien no se actualiza con nueva información con cierta periodicidad.

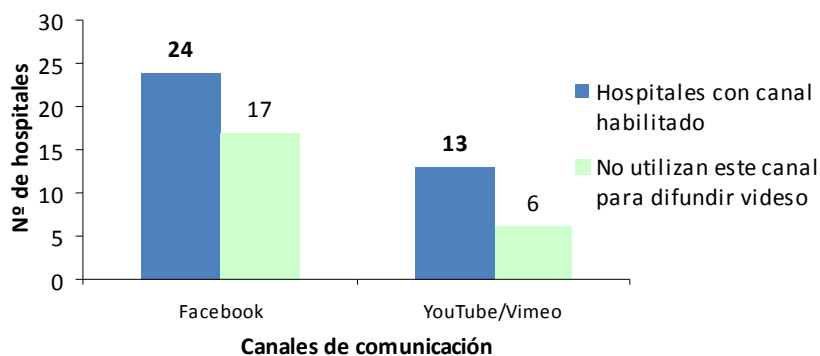



Figura 4. Utilización de canales sociales por instituciones hospitalarias y su uso para difundir videos

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

El canal más utilizado para difundir los videos ha sido su propia web, siendo éstos, videos propios o enlaces a material de video de otras plataformas, seguido muy de cerca por la distribución realizada en su canal en YouTube.

Si se analizan las temáticas de los videos que se han subido, se observa una clara tendencia a utilizarlos para presentar información institucional del centro (un 57% del total), seguida por el uso como consejo sanitario o formación (23%).

Finalmente, revisados el nivel de interactividad que tienen los elementos de video en las páginas analizadas, revelan que la mayoría, salvo un comentario localizado en una publicación de la Clínica Universitaria de Navarra y algunos “like” sobre elementos indicados en el Hospital Comarcal Infanta Margarita, no ha generado interacción alguna.

De forma adicional comentar que hay hospitales que han presentado una gran actividad en la publicación de enlaces, con o sin videos, los cuales presentamos como buenas prácticas en comunicación 2.0 (mantienen el canal activo y normalmente responden a las interacciones que se producen en el mismo). Son los siguientes:


- Canal YouTube, Facebook y Vimeo del Hospital de Sant Joan de Dèu.
- Canal YouTube y Facebook del Hospital Comarcal Infanta Margarita, del Hospital Torreveja Salud UTE, del Hospital General Universitario de Valencia y de la Clínica Universitaria de Navarra.
- Canal YouTube del Hospital Universitario La Fe y de la Clínica USP Palmaplanas.

Redes sociales y plataformas

Finalmente, de las exploraciones anteriores así como de las búsquedas definidas en el marco de la investigación, se han localizado dos tipos de iniciativas que añadimos a la muestra de la investigación, ampliando el alcance inicial previsto del análisis:

- Por un lado se han localizado las siguientes **redes o grupos sociales** relacionados con la salud, que disponen de las características que hemos estipulado: Red social APTIC, Misalud, Vivelasalud, Red social contra el cáncer, Puedose.es, Somos los pacientes (AEAL), Mi salud en red, Forum Clinic. Programa interactivo para pacientes, Red social de cuidadores y cuidadoras familiares, Spanamed red profesional de la salud, la Asociación de enfermos de Crohn y Colitis ulcerosa y por último Red de Pacientes.

En todas ellas ha sido necesario gestionar el alta para incluirse dentro de la red social. Dado que la entrada en la red era para poder practicar una observación de la misma, se ha realizado contacto con los organizadores del sitio para presentar el objetivo del artículo así como para solicitar su colaboración en la cumplimentación de un cuestionario.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

- Por otro, aunque no se había contemplado inicialmente como elemento a analizar, se ha localizado la figura de las **plataformas de videos sociosanitarias**, la cuales pueden ser consideradas productoras de información visual sanitaria. En este grupo podemos localizar las web de Mi salud TV, InformarseEsSalud, Escuela de Pacientes, CanalCam TV, CanalTV Hospitalario de Navarra , Cuídate y el aula de pacientes de Castilla y León.

Resultados del análisis de la muestra

Determinada ya la muestra, en la cual se incluyeron 12 grupos sociales y 7 plataformas de información visual sobre salud, se planteó realizar un análisis vía la observación offline de los elementos de video que estaban disponibles desde el 1 de enero de 2011, aunque sin interacción con los participantes, para realizar una categorización de estas iniciativas así como observar el grado de utilización y el tipo de uso que los usuarios realizan sobre el mismo. Pasamos a describir el resultado inicial de las variables estudiadas durante los días del 21 al 23 de mayo.

Características de las iniciativas

A continuación damos una serie de datos sobre los grupos y plataformas sociosanitarias que han entrado en el campo de estudio, los cuales pueden contextualizar el análisis posterior que se realiza.

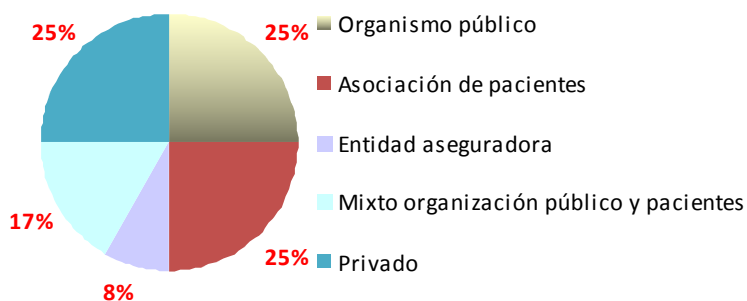



Figura 5. Promotores de la muestra de grupos sociales sociosanitarios

Los **promotores** de los grupos sociales seleccionados son, por igual medida, tanto de iniciativas públicas, privadas o la propia ciudadanía en forma de asociaciones de pacientes. Sin embargo, al analizar las plataformas visuales sociosanitarias, los promotores son esencialmente organismos públicos, salvo en una iniciativa que es promovida por una farmacéutica.

Esto podría deberse a las competencias que tienen los organismos públicos, considerando que el proporcionar información sanitaria de calidad estaría entre sus funciones, principalmente en el área de la prevención.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Aunque no se ha buscado lograr equidad en cuanto a los tipos de grupos sociales, en el ámbito de la búsqueda se han incluido el mismo número que tratan cuestiones sanitarias a nivel general (las redes denominadas generalistas) que grupos sociales que tratan una temática específica. En el caso de las plataformas visuales, el 100% son generalistas, aunque algunas de ellas tienen canales específicos para determinados procesos de salud.

Los participantes de las iniciativas son, en mayor medida, mixta (profesionales médicos y pacientes) o sólo pacientes, localizándose alguna iniciativa formada sólo por profesionales de la medicina.

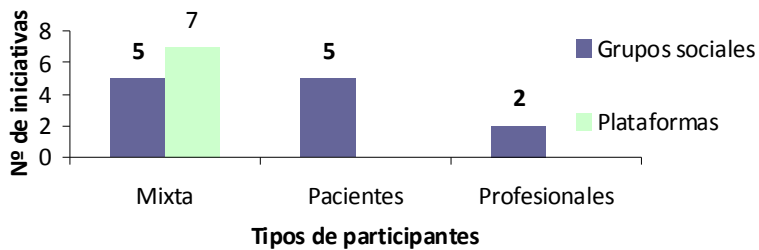


Figura 6. Clasificación de tipo de participantes en las iniciativas incluidas en la muestra

Esta característica puede favorecer el conocer el grado de interacciones se produce en cada tipo de red y saber en qué medida el tipo de usuario genera mayor o menor interactividad.

En cuanto a los canales que se utilizan para la difusión de videos, en el caso de las plataformas lo normal es que el **canal más utilizado** sea su propia web, pero ha resultado extraño encontrar que en el caso de los grupos sociales también éste es el canal preferente, seguido por Facebook y YouTube/Vimeo, que sirven como apoyo.

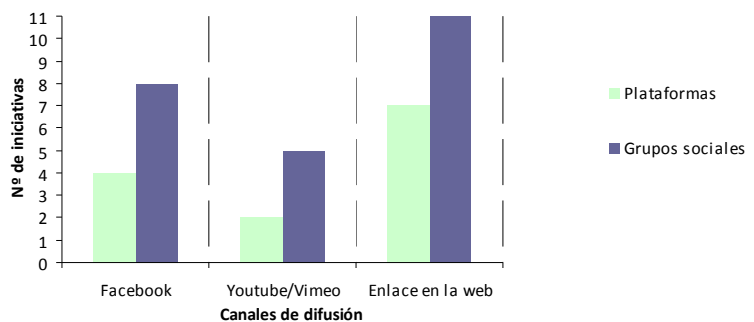



Figura 7. Utilización de canales sociales, para distribuir video, por iniciativas de la muestra

La **adhesión** a los grupos sociales se realiza de forma más amplia por el canal de Facebook, siendo éste el que acapara el mayor número de fans, aunque el concepto del “Me gusta”, que hace que te adhieras a una red social, no tiene el mismo valor que el que se realiza a una comunidad, proporcionando tus datos personales al darte de alta. Es importante indicar que en alguna de las iniciativas no se podía conocer el número de participantes.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Grupo Social	Facebook	YouTube	Website	Plataforma	Facebook	YouTube
APTIC	1341		347	InformarseesSalud	0	0
Misalud	113		42	Escuela de Pacientes	284	12
VivelaSalud	921	24		Mi salud TV	595	0
Red Social contra el cáncer	43480	485	3486	CanalCam TV	1114	109
Puedoser.es			Desconocido	Canal TV Hospitalario de Navarra	0	0
Somos los pacientes (AEAL)	4291	14		Cuidate	331	0
Forum Clinic	682		Desconocido	Aula de pacientes de Castilla y León	0	0
Red Social cuidadores familiares	0		392			
Mi salud en red			>400			
Spanamed			750			
Asociación enfermos Crohn...	1186	21	894			
Red Pacientes	192	1	574			


Figura 8. Seguidores, según canal observado, de las iniciativas de la muestra

Como puede verificarse, la red social contra el cáncer destaca por el número de seguidores que tiene en cada uno de los tres canales revisados, seguido por el canal de Facebook de la asociación AEAL, ambas agrupando a afectados de enfermedades concretas.

En ese sentido, el canal de YouTube no es elegido para anexionarse, tal como los otros canales, aunque como después se observará, es un canal que agrupa un gran contenido visual. En ese sentido, podríamos decir que puede ser considerado una plataforma visual, como las que analizamos también en este artículo, y no es identificado por los usuarios como un medio al cual uno debe adscribirse.

Grado de interacción en las iniciativas

En cuanto a la interactividad que se genera en los grupos sociales, valorado en función del número de comentarios o “likes” que se realizan en torno a los elementos de video, como puede observarse, la norma es que sean en cierto grado interactivos (algo lógico dado que se han descartado aquellos que no tuvieran elementos vivos en este año), aunque sólo una de las iniciativas localizadas se ha podido calificar como que genera una interactividad alta, la red social de la AECC. Esto puede ser debido a la campaña “El sonido del Cáncer” que ha realizado e forma reciente.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

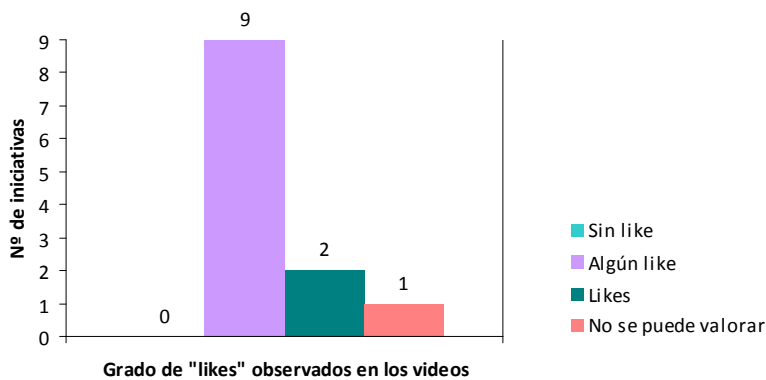
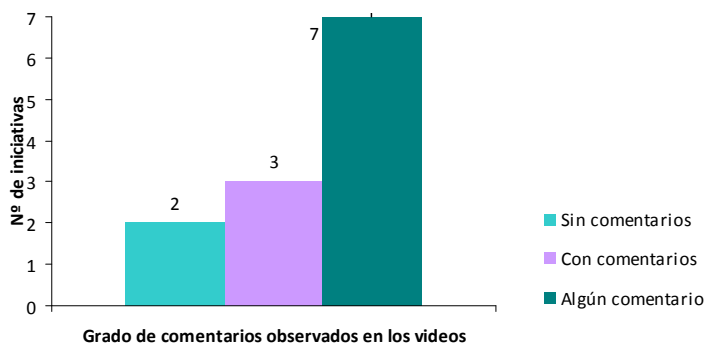



Figura 9. Grado de interactividad en videos, en base a comentarios o “likes”, en los grupos sociales de la muestra

Si lo observamos según las características de los participantes, no parece que sea un factor determinante, que pueda contribuir a que se mejore la interacción, aunque los grupos donde hay profesionales médicos y pacientes parece que son los que generan más elementos de discusión o adhesión y en algunas asociaciones de pacientes se ha notado un grado de participación menor.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

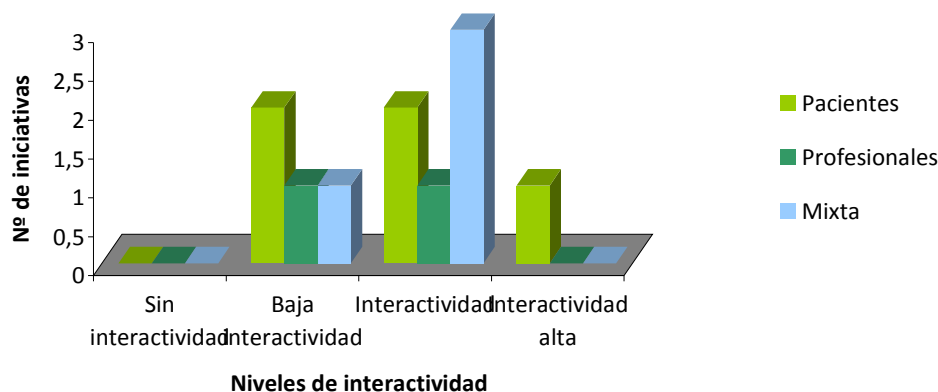


Figura 10. Grado de interactividad, según el tipo de usuarios de las iniciativas de la muestra

En el caso de las plataformas sociales, tal como indicamos anteriormente, no son canales generados con utilidades para que se pueda interactuar con ellos, por lo que, salvo la Escuela de Pacientes, no se puede realizar comentarios. Igualmente, el valorar un video o señalarlo como de interés, sólo es posible en la mitad de las iniciativas estudiadas.


Producción y catalogación de los videos observados

En cuanto a la producción o enlace a material de videos, se observa que los grupos sociales hacen un uso más intensivo de este material, vía su propia web, utilizando como canal alternativo sus redes en Facebook y YouTube o Vimeo.

Comparativamente, las plataformas tienen un menos número de videos en sus iniciativas, pero debemos tener en cuenta que todo su material son videos y no se contabilizan los enlaces. El uso de las redes sociales igualmente no es a resaltar.



Figura 11. Cantidad de videos disponibles por cada canal, de las iniciativas de la muestra

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Los tipos de videos que se difunden suelen responder a las temáticas establecidas, siendo prácticamente en igual medida enfocadas tanto a presentar su información institucional como a difundir consejos para mejorar la calidad de vida, ya sea dando consejos preventivos o bien pautas a tener en cuenta en enfermedades crónicas. En este conjunto se agruparían los videos donde claramente se ofrece información sanitaria así como la emisión de congresos sobre salud.

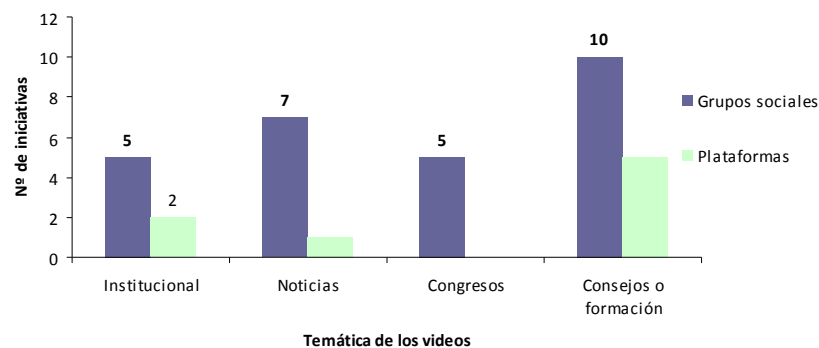


Figura 12. Temática de los videos disponibles en las iniciativas de la muestra


Una de las iniciativas, la red social de cuidadoras, solicitaba la incorporación de un video de presentación, pero no parece haber sido utilizado por ninguna persona. En este sentido, el nº de iniciativas que disponían de videos con experiencias de pacientes es reducido y sólo en algunas iniciativas sobre enfermedades concretas (como la Asociación Bipolar o la Red Social contra el Cáncer).

Percepciones de los propietarios e intenciones futuras

A los propietarios de los medios analizados, se les solicitó su opinión a través de la remisión de un cuestionario donde se les solicitaba información sobre el papel que había tenido la utilización del video en sus objetivos, así como conocer si tenían propuestas de cara al futuro. Esta opinión resulta muy valiosa dado que son, después de los propios usuarios, los más cercanos a conocer cual es el grado de aceptación de este tipo de material visual en sus redes.

Según sus opiniones, el uso que realizan del video es principalmente para presentar información útil, seguida de proporcionar información de su organización y experiencias de los propios pacientes.

La producción de video, en el 50% de los encuestados se realizaba por medios propios y el otro 50% indicaba que sólo enlazaba videos o que los videos los realizaban con una empresa externa.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Al ser la encuesta anónima y no solicitarles información sobre el tipo de organización que respondía, no podemos conocer qué tipo de correlación existe entre esos datos.

La mayoría está de acuerdo que el formato video resulta más entretenido y que puede favorecer la interactividad con los usuarios. En cuanto a la participación de los mismos, consideran que se ampliará el número de usuarios que querrán compartir videos en la red, en mayor o menor medida, y en ese sentido se han planteado promover que éstos participen registrando sus videos y compartiendo material en su red social

En cuanto a las posibles dificultades que los usuarios pueden tener a la hora de elaborar videos, parece que la dificultad emocional y la falta de conocimientos son las opciones que consideran más factibles, estando plenamente de acuerdo con la afirmación.

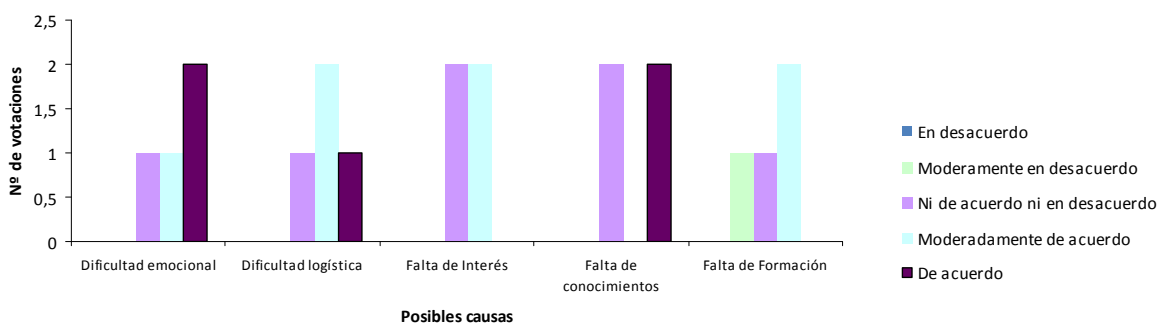


Figura 13. Percepción sobre las dificultades de los usuarios para elaborar videos sobre salud, según promotores encuestados de las iniciativas de la muestra

Sobre la participación de los profesionales de la salud y su aliciente en producir sus propios videos, consideran que salvo excepciones, en general no creen que tengan en este momento interés. Aunque se considera que puedan tener alguna formación, creen necesario proporcionarles información sobre los nuevos medios sociales a través de los cuales pueden llegar a la ciudadanía, y en concreto sobre cómo generar comunicación eficaz y contar historias a través de formato audiovisual.

En cuanto a las expectativas de futuro, todos los encuestados tienen la intención de ampliar el uso de videos en sus web, dado que consideran que es el medio más eficaz para transmitir la información desde su organización.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Conclusiones

Antes de entrar a concluir sobre el análisis del grupo de redes y plataformas que hemos seleccionado, nos gustaría señalar que, teniendo en cuenta la cantidad de iniciativas que hay en Internet y experiencias fallidas, podemos estar satisfechos con encontrarnos silos donde se comparte información, y existe un cierto grado de colaboración (Kollock, 1999).


En la búsqueda realizada se han localizado otras iniciativas tales como VIVU o el programa Paciente Experto de Murcia, que disponían de un gran número de videos dentro de sus plataformas, pero cuya actividad, en este sentido, se ha visto interrumpida. Una de las razones que podemos encontrar estaría en la teoría de la “economía del regalo” (Kollock, 1999), donde cualquier entidad, ya sea pública o privada, estaría dispuesta a generar o enlazar con material visual (o de cualquier otro tipo) siempre y cuando exista una interactividad y una relación de beneficio mutuo (entendiéndose, en este caso, el verificar por parte del suministrador que la información gusta, genera comentarios o al menos está siendo visitada).

El panorama nacional observado, en mayor o menor proporción, hace uso del video como elemento de comunicación. Por ahora utiliza mayoritariamente sus propias web para enlazar o incluir su material visual, dado que las estrategias de comunicación siguen siendo las habituales y sólo un porcentaje hace uso de canales como Facebook y/o YouTube/Vimeo.

Existió una tendencia a la producción de videos, anterior a 2011, principalmente durante los años 2007 al 2009, pero desde entonces parece que a primera vista se ha producido una desaceleración, que podría estar motivada por esta baja reciprocidad así como otras causas externas (crisis económica, disminución de ayudas para este tipo de iniciativas, etc.) La percepción de los propietarios de las iniciativas nos orienta a que nuevamente, éste será un canal que se potenciará, y está abierto a que profesionales médicos y pacientes puedan participar, aunque para ello se deba primero incentivar y formar.

Se ha detectado la orientación a generar plataformas audiovisuales institucionales, cuyo objetivo es difundir información sanitaria. Su producción audiovisual es muy alta y en la mayoría de los casos, el material que realizan luego es incluido en sus páginas web, y/o enlazado por los organismos públicos e instituciones hospitalarias a través sus canales. Aunque no hay interacción entre los usuarios que visualizan estos videos, al ser utilizado como material enlazado dentro de una red social, pueden servir como motor para la posterior “conversación” entre usuarios de un determinado grupo social.

En general, este material no se ha observado que motive a que se participe más, resaltando que es prácticamente inexistente este tipo de reacción en los elementos publicados por instituciones sanitarias (organismos autonómicos de salud e instituciones hospitalarias) a través de sus redes sociales (Facebook o Youtube). Esto podría deberse a que estas organizaciones no tienen una clara orientación hacia la producción de videos de carácter formativo y las temáticas que se difunden no son propicias a generar interacción.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Aunque a nivel internacional sí se conocen referencias de pacientes que han querido utilizar el video como una forma de expresar y documentar la enfermedad que tienen, a nivel nacional no se ha conseguido localizar iniciativas individuales, y sólo algunas tienen videos de experiencias personales. Parece que el contar con una organización conocida, enfocada a un determinado grupo de pacientes, da una cierta seguridad y garantía al paciente, y es entonces cuando cede su imagen y experiencia a la entidad para difundir información.

Esta investigación quiere suponer el poder disponer de una primera base de estudio para, posteriormente, ampliar el análisis y poder conocer hasta qué punto la involucración de los pacientes se ve ampliada con el uso de este medio. En ese sentido se podría orientar hacia una etnografía virtual en algunos de los medios que se observen como más interactivos y realizar entrevistas a personas que tengan un alto grado de uso.


Discusión

Inicialmente hacer constar que este estudio sólo se ha realizado sobre una determinada muestra, y que no puede reflejar el panorama completo de todas las iniciativas existentes. Por ejemplo, a la hora de cerrar esta investigación, se ha localizado la Asociación bipolar de Cataluña, que contempla todas las premisas para poder haberse incluido.

Los organismos de salud están generando información en formato video, con mayor o menor éxito, lo cual produce material audiovisual con la credibilidad sanitaria necesaria. En la medida que estas organizaciones favorezcan en este ámbito la participación de los pacientes, podrán surgir sinergias interesantes como está sucediendo fuera de nuestras fronteras, y así aprovechar el conocimiento y la inteligencia colectiva que se genera en los grupos sociales.

El “sharismo” (Mao, 2008) o espíritu de colaboración y compartición de información, que algunos indican como instaurados, revela que estamos preparados para poder participar, como individuos, en nuestra sociedad, y como institución, para recibir y gestionar esa colaboración social. Si el futuro pasa porque los propios ciudadanos participen y den determinada información sanitaria de valor, dado que son los que mejor pueden aportar el punto de vista de cómo se vive un determinado proceso de salud, parece lógico pensar que toda iniciativa que ayude a empoderarlos y a tutelarlos en ese camino debería ser tenida en cuenta.

Para que el paciente colabore de la forma que instituciones y asociaciones desean, se deben disponer los caminos e instrumentos necesarios para que éstos se puedan incorporar de una manera segura y fácil. Bien sea a través de guías y tutoriales que les enseñen a cómo puede generar su propio contenido, como a través de portales para que puedan incorporarlos y difundirlos, guiados de la mano de instituciones legítimas, sin menoscabo de las iniciativas personales que guarden las oportunas medidas de seguridad y confidencialidad que se consideren necesarias.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

En ese sentido podríamos destacar la guía realizada por la entidad Centers for Disease Control and Prevention, que sobre las utilidades que ofrecen las redes sociales, describen, entre otros elementos, cómo a través de la compartición de videos de salud se puede “intercambiar información, compartir historias personales y enganchar a la audiencia” y para orientar estas iniciativas, ofrecen una serie de prácticas para que la producción de video sea exitosa.


Por último, creemos que debería existir un mejor grado de colaboración y coordinación de tareas y esfuerzos entre los distintos actores de la sociedad: organismos públicos, asociaciones y usuarios. Para la elaboración de este estudio, se ha realizado una labor de investigación para poder localizar iniciativas que cumplieran determinados requisitos. Con el viaje realizado a través de los datos, se ha podido constatar lo difícil que puede resultar encontrar un grupo social que pueda responder a tus necesidades. Si existiese un marco común al cual el ciudadano pudiera acudir en caso de necesidad, sería más accesible y seguro poder adherirse.

Agradecimientos

Dr. Manuel Armazones por su implicación y dirección en la elaboración del artículo.

Luis Fernandez-Luque y Manuel de la Villa, por sus críticas y sugerencias.

Web Observatics, que ha servido de referencia para delimitar la búsqueda sobre instituciones hospitalarias y enlazar con sus páginas web, Facebook y/o YouTube, de dichas instituciones.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Referencias bibliográficas

Baym, N. (1998) "La emergencia de comunidad virtual". Jones, A. S.G. (ed.) (1998) Cibersociedad 2.0. Barcelona: Editorial UOC, 2003

Bender, J.; Jimenez-Marroquin, M.C.; R Jadad, A.; DPhil.(2011) Seeking Support on Facebook: A Content Analysis of Breast Cancer Groups . Disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.jmir.org/2011/1/e16/>, consultado por última vez el 2 de mayo de 2011

Bensley, R. J.; Mercer, N.; Anderson, J.; Kelleher, D.; Brusk, J. J.; Underhile, R.; Rivas, J. y otros. (nd). (2004). The eHealth Behavior Management Model: A Stage-based Approach to Behavior Change and Management. Preventing Chronic Disease, 1(4). Disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1277954/>, consultado por última vez el 19 de junio de 2011

Brown, S. J., Lieberman, D. A., Germeny, B. A., Fan, Y. C., Wilson, D. M., & Pasta, D. J. (1997). Educational video game for juvenile diabetes: results of a controlled trial. Medical Informatics = Médecine Et Informatique, 22(1), 77-89. Disponible en línea en la siguiente dirección: <http://digiplay.info/node/589>, consultado por última vez el 2 de mayo de 2011


Ferguson, T., & Frydman, G. (2004). The first generation of e-patients. BMJ, 328(7449), 1148 - 1149. doi:10.1136/bmj.328.7449.1148 disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.bmj.com/content/328/7449/1148.full>, consultado por última vez el 19 de junio de 2011

Fernandez-Luque, L., N. Elahi , and F. J. Grajales III. (2009). An analysis of personal medical information disclosed in YouTube videos created by patients with multiple sclerosis (2009) Stud Health Technol Inform 2009. 150:292–296.

Fernandez-Luque, L.; Basagoiti,I; Johnsen, E.; Karlsen, R. (2008). Study of the ePatient as a provider of content in the Internet, Medicine 2.0, Toronto, Canada, Sept 4-5, 2008, Pages 28-29.

Keelan J, Pavri-Garcia V, Tomlinson G, Wilson K. (2007). YouTube as a source of information on immunization: a content analysis. JAMA 2007. Disponible en línea en la siguiente dirección: <http://jama.ama-assn.org/content/298/21/2482>, consultado por última vez el 2 de mayo de 2011

Kollock, P. (1999) "La economías de la colaboración online. Regalos y bienes en el ciberespacio" A Smith, M.A. & Kollock, P. (ed.) (1999) Comunidades en el ciberespacio. Barcelona: Editorial UOC, 2003.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Nettleton, S; Pleace, N.; Burrows, R. & Muncer, S. (2002). La realidad del apoyo social virtual". A Woolgar, S. (edt.) (2002) ¿Sociedad virtual? Tecnología, "cibérbole", realidad. Barcelona: Ediuoc, 2005.

Uden-Kraan, C.; Drossaert ,C.; Taal E.; Seydel E. Laar, M. (2006) Empowerment by Participation in Online Support Groups for Patients with Arthritis, Fibromyalgia and Breast Cancer, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.medicine20congress.com/ocs/index.php/med/med2008/paper/view/22> consultado por última vez el 2 de mayo de 2011

Otros artículos o enlaces de interés

Noticia sobre el incremento del uso de los vídeos en redes sociales, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/Increased-Use-of-Videosharing-Sites.aspx> y <http://pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info.aspx> consultado por última vez el 12 de mayo de 2011

Opiniones y percepciones de los pacientes sobre su participación en la toma de decisiones en las consultas de medicina de familia, disponible en línea en la siguiente dirección <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656711001545> consultado por última vez el 3 de junio de 2011


13º encuesta de usuarios de Internet, de la Asociación para la Investigación De Medios de Comunicación, disponible en línea en la siguiente dirección <http://download.aimc.es/aimc/navred2010/macro2010.pdf>, consultada por última vez el 19 de mayo de 2011

Web Alexa que proporciona información sobre número de visitas realizadas a un sitio web, disponible en línea en la siguiente dirección <http://www.alexa.com/topsites/countries/ES>, consultado por última vez el 22 de junio de 2011

Gavilán E.; Jiménez L. Médicos de Familia. Editores del blog saludyotrascosasdeco-mer.blogspot.com “Innovaciones tecnológicas interactivas de comunicaciones e información aplicadas a la salud: una aproximación crítica”. Innovaciones tecnológicas 2.0 aplicadas a la salud, una aproximación crítica, Salud 2000.Nº 129, Noviembre 2010 disponible en la siguiente dirección: <http://es.scribd.com/doc/44183403/Innovaciones-tecnologicas-2-0-aplicadas-a-la-salud-una-aproximacion-critica-Salud-2000>, consultada por última vez el 16 de junio de 2011

Noticia #médicostuiteros, disponible en línea en la siguiente dirección <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2011/04/14/tecnologiamedica/1302790300.html> consultado por última vez el 3 de junio de 2011

Informe realizado por The Institute for Health Technology Transformation denominado “Report Outlines Top 10 Strategies for Engaging Patients Using Health IT”, disponible en línea

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

en la siguiente dirección <http://www.ihealthbeat.org/articles/2011/5/4/report-outlines-top-10-strategies-for-engaging-patients-using-health-it.aspx> consultado por última vez el 9 de mayo de 2011

Documento elaborado por Center for Disease Control and Prevention, disponible en línea en la siguiente dirección:

http://www.cdc.gov/healthcommunication/ToolsTemplates/SocialMediaToolkit_BM.pdf, consultada por última vez el día 26 de abril de 2011

Mao, I. 2008. Sharismo, Una revolución de la mente. Ensayo, disponible en la siguiente dirección: <http://freesouls.cc/essays/07-isaac-mao-sharism.html>, consultado por última vez el 19 de junio de 2011

Páginas web de iniciativas mencionadas

Web de European Organisation for Rare Disease, disponible en la siguiente dirección: <http://www.eurordis.org/>, consultada por última vez el día 19 de junio de 2011.

Web Tudiabetes, disponible en la siguiente dirección: <http://www.Tudiabetes.org>, consultada por última vez el día 19 de junio de 2011.

Canal YouTube de la Clínica Mayo, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.YouTube.com/user/mayoclinic#g/a>, consultado por última vez el día 19 de junio de 2011.


Web de 1happydiabetic disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.1happydiabetic.com/>, consultado por última vez el día 19 de junio de 2011.

Grupo de Google categoría Enfermedades, disponible en línea en la siguiente dirección: <https://groups.google.com/groups/dir?hl=es&lnk=od&hl=es&sel=topic%3D46389>, consultada por última vez el día 3 de mayo de 2011.

Grupos de Yahoo categoría Enfermedades y trastornos, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://es.dir.groups.yahoo.com/dir/1602712477>, consultada por última vez el día 3 de mayo de 2011.

Web de Observatics, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.observatics.com/>, consultada por última vez el día 5 de mayo de 2011.

Web de Red social APTIC, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.redsocialaptic.org/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Web de Misalud, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.miesalud.es/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Vivelasalud, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.vivelasalud.com>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Red social contra el cáncer, disponible en línea en la siguiente dirección: <https://www.aecc.es/RedSocial/Paginas/Redsocial.aspx>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Puedose.es, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.puedoser.es/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Somos los pacientes (AEAL), disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.aeal.es>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Mi salud en red, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.misaludenred.org/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Forum Clinic. Programa interactivo para pacientes, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.forumclinic.org/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Red social de cuidadores y cuidadoras familiares, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://cuidadoras.ning.com/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Spanamed red profesional de la salud, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://spanamed.ning.com/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Asociación de enfermos de Crohn y Colitis ulcerosa, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.accumalaga.es/Foro/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Red de Pacientes, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.redpacientes.com/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Misalud TV, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.misalud.tv/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Escuela de Pacientes, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.escueladepacientes.es/ui/index.aspx>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

	TRABAJO FINAL – MASTER SIC	
	Artículo de investigación	Análisis del uso del vídeo en una muestra de redes sociales y plataformas online, de contenido sociosanitario y ámbito nacional
	María T. Sánchez Blas	

Web de InformarseEsSalud, disponible en línea en la siguiente dirección:
<http://www.informarseessalud.org/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web del CanalCam, disponible en línea en la siguiente dirección:
<http://canalcamtv.com/salud/?pwt=62>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Salud del Complejo Hospitalario de Navarra, disponible en línea en la siguiente dirección:
http://saludnavarra.paloo.telefonica.es/Mensuperior/sucanaltv/seccion=1179&idioma=es_ES.do, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Cuídate, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://www.cuidatecv.es/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web del aula de pacientes de Castilla y León, disponible en línea en la siguiente dirección:
<http://www.saludcastillayleon.es/AulaPacientes/es>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web de Vivu, disponible en línea en la siguiente dirección: <http://vivu.es>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.

Web del Paciente Experto de Murcia, disponible en línea en la siguiente dirección:
<http://www.pacienteexperto.org/>, consultada por última vez el día 22 de mayo de 2011.