

Especial redes sociales y cirugía

Papel de las redes sociales en los servicios quirúrgicos. ¿Es ventajoso que un servicio de cirugía tenga visibilidad en las redes sociales?

Role of social networks in surgical services. Is it advantageous for a surgery service to have visibility on social networks?

 Mayo Ossorio MA, Pacheco García JM

 Hospital Universitario Puerta del Mar. Cádiz.

Resumen

En las dos últimas décadas se ha producido a nivel global, y también en el mundo sanitario, una auténtica explosión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), lo que ha facilitado el acceso de profesionales y ciudadanos a las mismas. Por otro lado han emergido diferentes plataformas con diferentes perfiles, a través de las cuales los profesionales, las sociedades científicas, hospitales y servicios hospitalarios se han dado a conocer. En el presente artículo nos vamos a centrar en el papel que juegan de las redes sociales en los servicios quirúrgicos.

Abstract

Abstract In the last two decades there has been a global explosion of information and communication technologies (ICT), and also in the healthcare world, which has facilitated access for professionals and citizens to the different platforms with different profiles have emerged, through which professionals, scientific societies, hospitals and hospital services have made themselves known. In this article we are going to focus on the role that social networks play in surgical services.

Palabras Clave

Tecnología de la información y comunicación, redes sociales, cirugía.

Keywords

Information and communication technology, social networks, surgery.



Ma de los Ángeles Mayo Ossorio
Hospital Universitario Puerta del Mar
11009 Cádiz



marimayoo@gmail.com



@MarianMayo

Introducción

En un mundo global cobra cada vez más importancia la imagen profesional y personal. De este hecho ya se hizo eco Miguel de Cervantes en su obra titulada *“Los trabajos de Persiles y Segismunda”* en 1617: *“la buena opinión es lo que califica la acertada medicina”*. Desde entonces hasta el momento actual la difusión de la información y comunicación ha evolucionado a pasos agigantados, sobre todo en las últimas décadas.

Tal como decía Steve Jobs *“Un ordenador personal es la herramienta más sorprendente que hayamos ideado. Es el equivalente a una bicicleta para nuestras mentes”*.

Bajo la denominación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se agrupan todo el conjunto de técnicas y dispositivos empleados para el tratamiento y la transmisión de datos.

Se ha producido a nivel global, y también en el mundo sanitario, una auténtica explosión de las TIC, como consecuencia de la accesibilidad a los ordenadores personales y a la expansión del world wide web (www) el equivalente a las *“Bicicleta para nuestras mentes”*, lo que ha facilitado el acceso de profesionales y ciudadanos a la información y a la comunicación sobre la salud¹.

Esta evolución o revolución de la información, se inició en 1971 cuando Ray Tomlinson realizó el primer envío de un email a través de dos ordenadores que estaban uno al lado del otro. En 1991, el uso de internet como sistema de comunicación hizo su eclosión con el acceso público a la *World Wide Web* (www) lo que inició internet tal y como lo conocemos en el momento actual, en el que se calcula que el número de *“internautas”* se acerca a los 4.388 millones en 2019, el 53% de la población mundial.

Vivimos una etapa de cambios sociales intensos con pacientes más informados que nunca y con una interacción médico-paciente que huye de las viejas actitudes paternalistas y que salta más allá de las consultas, por lo cual esta vía de información debe ser utilizada con cautela, ya que los médicos, como cualquier ciudadano somos muy libres de utilizar las redes sociales como nos parezca, pero si decidimos interactuar y presentarnos como médicos, es importante

mantener el mismo rigor científico que en nuestra vida profesional².

Existen múltiples redes sociales a través de las cuales se puede dar visibilidad a un servicio quirúrgico. Cada una de ellas con un tipo de perfil. En el presente artículo nos vamos a centrar en las más empleadas en el momento actual: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram, aunque existen muchas más que se centran fundamentalmente en la difusión de trabajos científicos (Researchgate, Mendeley, etc).

Facebook fue creada en el año 2004 por Mark Zuckerberg, originalmente con el objetivo de conectar a los estudiantes de Harvard. En 2006 pasó a ser un servicio abierto a todo el público, lo que cambió radicalmente la historia de las redes sociales. Ofrece servicios de redes sociales y medios sociales en línea, por lo que es un medio adecuado a la hora de dar una mayor visibilidad a los usuarios, en el caso que nos ocupa a los Servicios quirúrgicos. En ella se ofrece sobre todo el aspecto más humano y cercano de los Servicio quirúrgico, sin dejar de lado la actividad científica. Tiene un alcance mayor que el resto de las redes sociales y es sobre todo la más empleada actualmente, por el público en general. Permite escribir texto de forma ilimitada, así como compartir archivos de texto, videos y fotografías, y el usuario puede decidir al tipo de público al que quiere dirigir sus publicaciones.

En 2006 nació **Twitter** como un servicio de *microblogging* (permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves), sistema de mensajería interna para dar aviso de noticias instantánea. La principal y más popular característica de estos servicios es su sencillez y capacidad de sintetización, porque en la mayoría de sistemas de microblogueo el tope de escritura son alrededor de 140 caracteres. En el campo de la sanidad y sobre todo de la Cirugía permite dar información en



“La buena opinión es lo que califica la acertada medicina”



tiempo real y al igual que Facebook, y crear foros de discusión científica y encuestas. Como limitación es el hecho de un número definido de caracteres y el tamaño de los videos y su duración es limitado, pero permite tener una información en tiempo real, casi de forma instantánea, y es la segunda red social preferida por los usuarios que cada vez más se inclinan por su uso. No obstante actualmente están apareciendo nuevas redes de *microblogs* con más prestaciones³.

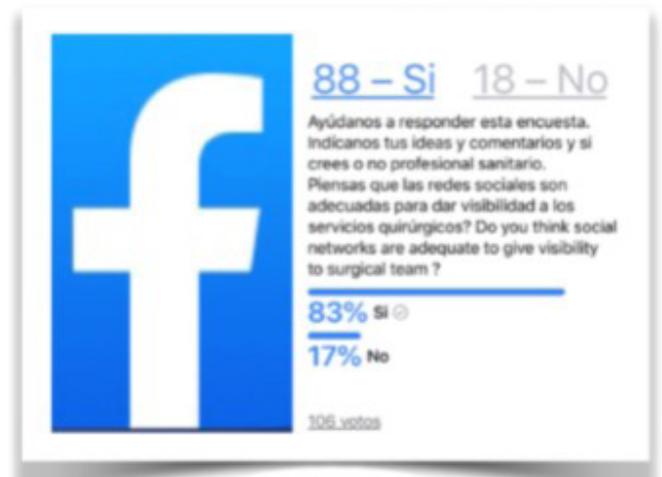
De todas las redes sociales, la que tiene mayor carácter profesional es **LinkedIn**. Es una comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y el empleo. Fundada en diciembre de 2002 por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant, fue lanzada en mayo de 2003, pero a pesar de ser la primera en fundarse, no ha sido la más empleada hasta el momento actual por los Servicios Quirúrgicos. Además de poder compartir archivos multimedia, documentos e imágenes, también permite compartir curriculum de los profesionales o características de los servicios, validación de diferentes aptitudes y recomendaciones de otros profesionales.

En cuanto a **Instagram** es una red social y aplicación, que permite a los usuarios subir fotos y videos, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, Instagram fue lanzada en octubre de 2010. Posiblemente de las redes sociales mencionadas, sea la que menos se emplee con fines profesionales, aunque su vinculación con Facebook hace que esté tomando mayor importancia en la actualidad.

Método

Pero realmente, ¿cuál es la importancia de las redes sociales en la imagen y visibilidad de los servicios quirúrgicos? ¿Es conveniente su empleo de forma corporativa y profesional? Para contestar estas preguntas y ya que estamos hablando de redes sociales, hemos realizado un encuesta sencilla de 48 horas de duración abierta al público en general, sin selección previa de edad o profesión, a través de las páginas del Servicio de Cirugía del Hospital Universitario Puerta del Mar (Cádiz), para saber que opinan los internautas sobre estas cuestiones. Lanzamos dos preguntas:

Una a través de Facebook: **¿Piensas que las redes sociales son adecuadas para dar visibilidad a los servicios quirúrgicos?**, en la que los internautas respondían solo **SI** en caso de estar de acuerdo o **NO**. Los resultados quedan reflejados en la **Figura 1**.



#Figura 1

Encuesta Facebook.

A través de Twitter: **¿Cuál de las siguientes redes sociales es mejor para dar visibilidad a un servicio quirúrgico?** Con respuesta múltiple de las diferentes redes (**Figura 2**).



#Figura 2

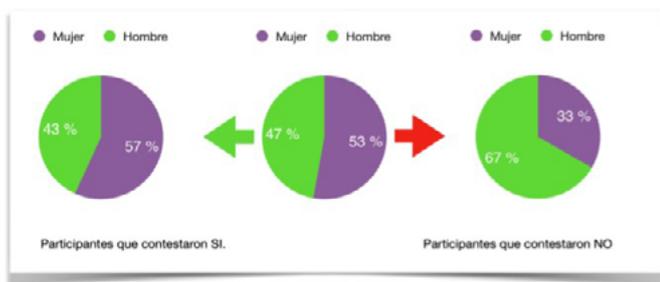
Encuesta Twitter.

Resultados

A la primera pregunta (Facebook) respondieron 106 internautas y a la segunda (Twitter), 107. Los resultados de las encuestas reflejan que la mayoría de los participantes consideran que es beneficioso que los servicios quirúrgicos tengan visibilidad en las redes sociales con un 83%, mientras que el 17% considera que no.

Por otro lado dentro de las redes sociales analizadas el 78% considera que Twitter es la más adecuada para este fin, seguida por LinkedIn con un 11%, Instagram con un 7% y solo un 4% eligieron Facebook.

El análisis del perfil de los participantes en las encuestas (Facebook), queda reflejado en la **Tabla 1** y **Figura 3**.



#Figura 3

Distribución de los participantes de la encuesta según el sexo.

En cuanto a la participación en la encuesta el 87% eran profesionales de la salud y el 13% no eran profesionales sanitarios. Participaron 53% mujeres

y 47% hombres, entre los que respondieron que sí la mayoría (57%) son mujeres y entre los que respondieron que no el 67% son hombres.

De los participantes en la encuesta, 48,11% de los participantes pertenecen a la generación de “Baby Boom” (nacidos entre 1946 y 1968), 33,02% a la “Generación X” (nacidos entre 1969 y 1982) y un 18% de los Millennials (nacidos entre 1982 y 1993), dato que nos llama la atención, ya que habitualmente son los más activos en las redes sociales.

Realizamos también una búsqueda de la presencia de las sociedades científicas quirúrgicas en las redes sociales, evidenciando que la mayoría de ellas emplean las mismas para dar difusión a sus contenidos (**Tabla 2**). Todas tienen cuenta en Facebook y la Mayoría en Twitter, siendo las dos redes más empleadas por las mismas.

Discusión

Las redes sociales, están cada vez más presentes en nuestras vidas a todos los niveles, vivimos conectados a ellas y las empleamos en nuestro día a día de forma habitual. Como hemos visto anteriormente la mayoría de las sociedades científicas, universidades, y administraciones públicas las emplean para dar difusión a sus contenidos y actividades. También cada vez son más los cirujanos que emplean esta vía de comunicación entre profesionales. De los resultados obtenidos deducimos que los profesionales de la sanidad son los más interesados en este tema y coincidiendo de otras publicaciones, una mayor proporción de mujeres han participado en la encuesta⁵ y además son las que más de acuerdo se han mostrado en el empleo de estos medios para dar difusión a los servicios quirúrgicos. Por tanto, pensamos al igual

Tabla 1. Perfil de edad de los participantes en la encuesta, según Facebook).

Facebook	Personal sanitario 87%			Personal no sanitario 13%		
	Nº Total	Si	No	Nº Total	Si	No
Tipo de generaciones						
Baby Boom (1946-1968)	39	29	10	12	11	1
Generación X (1969-1980)	34	31	3	1	1	0
Generación Y ó Millennials (1982-1993)	18	15	3	1	1	0
Generación Z (1994-2010)	1	1	0	0		0

Tabla 2. Sociedades científicas y redes sociales.

	Facebook	Twitter	Instagram	LinkedIn
AEC (Asociación Española de Cirujanos)	SI	SI	SI	SI
ASAC (Asociación Andaluza de Cirujanos)	SI	SI	NO	NO
SECO (Sociedad Española de Cirugía de la Obesidad)	SI	SI	NO	NO
American Colleague of Surgeon	SI	SI	NO	SI
European Hernia Society	SI	NO	NO	NO
AECP (Asociación Española de Coloproctología)	SI	SI	NO	SI
Royal Colleague of Surgeon	SI	SI	NO	SI

que la mayoría de los encuestados que son una buena forma de dar a conocer a los Servicios quirúrgicos. Poseen una serie de funciones que las hacen adecuadas para tal fin, cada una con su perfil particular.

Facebook es de las redes sociales que tiene más amplia difusión a nivel mundial⁴, Twitter cada vez está despertando más interés en los últimos años en los profesionales de la salud, lo que se ha comprobado con el incremento de usuarios y en el caso de nuestra encuesta, es el medio preferido por la mayoría para dar visibilidad a los servicios quirúrgicos⁶. LinkedIn es una red social con un perfil más profesional, e Instagram va ganado adeptos pero todavía queda a mucha distancia de las anteriores en lo referente a la difusión profesional de contenidos.

Las redes sociales nos permiten difundir y divulgar en tiempo real los trabajos científicos, creando contenidos de calidad, y nos permiten dirigirnos a la población general y a los pacientes para realizar promoción de la salud y difusión de hábitos de vida saludable. Si bien todavía no está clara su utilidad en este ámbito, ya que pueden existir conflictos de tipo ético entre la relación médico paciente. Entre los comentarios dejados por los participantes de nuestra encuesta reflejan que consideran que Facebook es la mas indicada para este tipo de relación.

Otras de las características es, que son punto de encuentro de profesionales, permitiendo crear foros de debate sobre temas científicos y profesionales, permitiendo la interconexión rápida y fácil, ofreciendo

la posibilidad de dar difusión a noticias de los servicios quirúrgicos en lo referente a la realización de cursos y actividades de los mismos, y muestran el lado humano de los profesionales que lo conforman.

Permiten el “Branding” (anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca) de las unidades quirúrgica, permitiendo así crear una imagen corporativa.

No obstante antes de mostrar un servicio quirúrgico en las redes sociales debemos tener en cuenta una serie de precauciones.

- Mantener el rigor científico, evitando la banalización de la ciencia y tener una actitud responsable sobre la información médica difundida en las redes sociales, que debe ser una información comprensible, veraz, ponderada y prudente, evitando sensacionalismos y falsa expectativas.

- Mantener la confianza en la relación médico y paciente, preservando los principios éticos de confidencialidad, protección de datos, privacidad y respeto, así como tener respeto en la interacción entre compañeros, sobre todo en caso de discrepancia u opiniones distintas.

- Reconocer los límites entre la esfera profesional y la puramente social o personal.

- Realizar un buen uso de la publicidad y del marketing sanitario, declarando los conflictos de interés si existiesen.

Bibliografía

1. Altés J. Papel de las tecnologías de la información y la comunicación en la medicina actual. *Semin Fund Esp Reumatol*. 2013;14(2):31-35.
2. Gutiérrez Fernández R, Jiménez Aldasoro M, Laianda Sanmiguel M, et al. Manual de estilo para médicos y estudiantes de medicina sobre el buen uso de redes sociales.
3. Concepción Naval, Sonia Lara, Carolina Ugarte y Charo Sádaba, ed. *Educación para la comunicación y cooperación social*. Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra. p. 207-208.
4. Kemp S. Digital in 2018 Global Overview. We Are Social & Hootsuite [consultado 26 Feb 2018]. Disponible en: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-globaloverview-86860338>
5. Antonio Morandeira Rivas et al. Uso de las redes sociales por parte de los cirujanos generales. Resultados de la encuesta nacional de la Asociación Española de Cirujanos. *cir esp*. 2019;97(1): 11-19.
6. Mayol J, Pera M. La cirugía en Twitter. *Cir Esp*. 2017;95:1-3.

