

La comunicación sobre la salud y la utilización de los medios sociales en los Estados Unidos

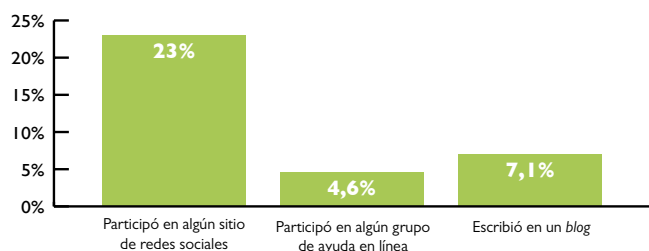
Características de los usuarios de Internet y los medios sociales

Con frecuencia, las encuestas indican que más de las dos terceras partes de los adultos estadounidenses utilizan Internet, y alrededor del 60 % de esos usuarios afirman que lo hacen para buscar información médica o relacionada con la salud. Aunque los estudios siguen demostrando que es más probable que las minorías étnicas y aquellas personas mayores, de nivel educativo inferior y menos saludables no utilicen Internet, están surgiendo algunas visiones más subjetivas de esta "división digital", particularmente con el advenimiento de los medios sociales y las tecnologías móviles.

Los avances en la tecnología de Internet han anunciado la llegada de nuevas aplicaciones para medios sociales. Las mismas facilitan el contenido generado por los usuarios y la capacidad de interactuar y colaborar en línea, lo que transforma los patrones de comunicación de unidireccionales y pasivos a participativos y activos. Los datos de HINTS de 2008 demuestran que el 27 % de los usuarios de Internet participan en algún tipo de plataforma de medios sociales. La participación en sitios de redes sociales (SNS, por sus siglas en inglés) como Facebook, MySpace y Twitter ha sido verdaderamente destacable, ya que se cuadruplicó entre 2005 y 2009, lo cual convierte a estos sitios en los canales de comunicación líderes en cuanto a negocios, política y salud. Entre los encuestados de HINTS de 2008, el 23 % dijo utilizar estos tipos de sitios SNS, el 7 % afirmó ser blogger y el 4,6 % indicó haber participado en grupos de ayuda en línea.

Se cree que estas plataformas sociales contienen un potencial para la mejora de la salud, y muchos profesionales y organizaciones de salud pública han comenzado a utilizarlas como medio de educación sobre la salud, intervenciones y marketing social. No obstante, existe poca información acerca del impacto de estas nuevas tecnologías sobre la salud de la población, y los estudios que se han llevado a cabo han arrojado resultados contradictorios.

La utilización de los medios sociales entre los usuarios de Internet (HINTS, 2008; n=5,078 [69%])



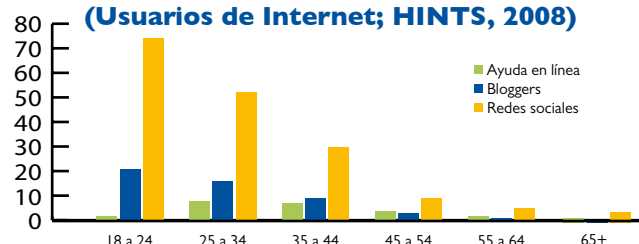
La edad juega un papel fundamental en la utilización de los medios sociales e Internet.

Los estudios que utilizan los datos reunidos por HINTS de 2008 han confirmado las investigaciones anteriores que muestran que, como grupo, es mucho menos probable que las personas de 65 años de edad o más utilicen Internet que las personas de cualquier otra franja etaria, ya que alrededor de dos tercios de ellas han afirmado que no se conectan a Internet. Las personas que conforman el grupo etario inmediatamente inferior (entre 55 y 64 años de edad) resultaron tener dos veces más posibilidades de utilizar Internet. Esa tendencia continúa a medida que la edad disminuye, con los niveles más altos de utilización de Internet (85 %) en los adultos más jóvenes, entre 18 y 24 años de edad.

Las brechas entre usuarios son aún más pronunciadas con respecto a los medios sociales. Solo el 8 % de los usuarios de Internet en los grupos de mayor edad utilizan estas plataformas, en comparación con más de las tres cuartas partes de los grupos de menor edad. También se observan diferencias en los tipos de plataformas utilizadas por las personas en diferentes grupos etarios. Por ejemplo, los usuarios de Internet entre 18 y 24 años de edad presentaron la menor cantidad de probabilidades de utilizar grupos de ayuda en línea (cociente de probabilidad = 0,98), pero mostraron más probabilidades que ningún otro grupo de ser bloggers (cociente de probabilidad = 19,11) y utilizar sitios de redes sociales (cociente de probabilidad = 47,85). A lo largo de todas las franjas etarias, las probabilidades de participar en redes sociales y en blogs fueron menores a medida que aumentaba la edad.

Aunque la utilización de los medios sociales está experimentando un incremento y se presenta prometedora para los profesionales de la salud en cuanto a la comunicación con poblaciones específicas de formas nuevas e interactivas, la investigación de HINTS sugiere que se debe prestar especial atención a las diferentes necesidades y características de las diferentes audiencias, en particular, aquellas relacionadas con la edad.

Utilización de los medios sociales según la edad (Usuarios de Internet; HINTS, 2008)



Datos breves

- Más de una cuarta parte de los adultos estadounidenses usuarios de Internet participa en medios sociales.
- El único factor consistente de predicción de la utilización de los medios sociales es la juventud.
- Las personas de 65 años de edad o más muy rara vez declaran que utilizan algún tipo de plataforma de medios sociales.
- A pesar de la desigualdad de oportunidades para acceder a Internet, la utilización de sitios de redes sociales no presenta variaciones significativas en función de raza, origen étnico o grupo social.

Influencia del estado de salud en la utilización de los medios sociales

Además de la edad, la investigación de HINTS 2008 revela que deben tomarse en cuenta varios factores relacionados con la salud a la hora de considerar las diferencias en la participación en medios sociales.

Por ejemplo, existen más posibilidades de que las personas que se consideran a sí mismas menos saludables, que sufren de trastornos psicológicos o que han tenido alguna experiencia personal con el cáncer hayan participado en algún grupo de ayuda en línea. Asimismo, aquellas personas a las que se les ha diagnosticado cáncer en algún momento de su vida son menos propensas a utilizar sitios de redes sociales que aquellas que no han padecido la enfermedad. Del mismo modo, los familiares de sobrevivientes de cáncer tienen más probabilidades de utilizar SNS que los mismos sobrevivientes de cáncer. Lo mismo ocurre con la participación en blogs, aunque en una proporción mucho menor. Los datos de HINTS también demuestran que la utilización de SNS se asocia a niveles más altos de trastornos psicológicos, aun cuando se controla estadísticamente la influencia de otras variables. Este tipo de ansiedad no se observa con la utilización de Internet en general, lo cual sugiere que se asocia únicamente con estas aplicaciones sociales.

¿De qué modo influye esto en su trabajo?

Los datos de HINTS indican que los medios sociales ofrecen oportunidades de comunicarse con el público sobre temas de salud y pueden presentar un potencial para reducir las brechas de disparidad de salud actuales. A medida que se desarrollan nuevos programas de comunicación e intervenciones de la “salud electrónica”, se deben considerar diferentes factores, entre ellos:

- **La edad de la población específica:** La juventud es el factor de predicción de utilización de medios sociales más importante, lo cual indica que la comunicación de temas de salud a través de las plataformas de medios sociales puede ser la de mayor alcance e impacto entre las generaciones más jóvenes, mientras que no se produciría lo mismo con personas de 55 años de edad o más.
- **La raza u origen étnico de la audiencia:** Una vez conectados a Internet, aquellas personas de bajo nivel educativo y las minorías raciales y étnicas son igualmente propensas a utilizar sitios de redes sociales. Los medios sociales pueden proporcionar oportunidades para alcanzar poblaciones generalmente marginadas.
- **El tipo de plataforma de medios sociales:** Los grupos de ayuda en línea siguen siendo útiles para aquellas personas en peores condiciones de salud o que han experimentado alguna enfermedad específica, como cáncer, de manera personal a través de un familiar o amigo.
- **El mensaje a comunicar:** Los medios sociales pueden permitir que la información llegue a una audiencia mayor que los medios tradicionales, pero en los casos en que se necesita enviar mensajes específicos, estas plataformas pueden no ser la opción más efectiva.

Acerca de HINTS
<http://hints.cancer.gov>

El Instituto Nacional del Cáncer (NCI) llevó a cabo la primera Encuesta Nacional de Tendencias en la Información de la Salud (HINTS) en 2002 y en 2003, y en ella participaron 6 369 estadounidenses. Se realizaron otras encuestas en 2005 (5 586 estadounidenses encuestados) y en 2008 (7 674 estadounidenses encuestados). HINTS se creó para vigilar los cambios en el dinámico campo de la comunicación para la salud. Los datos de las encuestas se pueden utilizar para entender las maneras en las que los adultos utilizan diferentes canales de comunicación para obtener información de salud para sí mismos y para sus seres queridos, y con el fin de crear mejores estrategias de comunicación de salud entre los diferentes sectores de la población.

Los Breves de HINTS proporcionan una sinopsis de los resultados importantes de investigaciones basadas en recopilación de datos. Introducen cifras aproximadas según el nivel de población en preguntas específicas de la encuesta y resumen los resultados importantes de la investigación provenientes del análisis de las maneras en las que ciertas características demográficas influyen sobre los resultados específicos. Muchos Breves sintetizan los resultados de investigaciones publicados recientemente en artículos de revistas científicas evaluados por expertos en el campo y que utilizaron los datos de HINTS.

Para obtener más información sobre el cáncer

- Llame al Servicio de Información sobre el Cáncer del NCI al 1-800-4-CANCER
- Visite <http://cancer.gov>
- Solicite publicaciones del NCI en <https://cissecure.nci.nih.gov/ncipubs/>
- Visite [Facebook.com/cancer.gov](https://www.facebook.com/cancer.gov) and <http://www.youtube.com/ncigov>

Referencias utilizadas este Breve de HINTS

- Chou WS, Hunt YM, Beckjord EB, Moser RP, Hesse BW. Social media use in the United States: Implications for health communication. J Med Internet Res. November 2009. 11(4):e48.
- Kontos EZ, Emmons KM, Puleo E, Viswanath K. Communication inequalities and public health implications of adult social networking site use in the United States. J Health Commun. 2010.15 Suppl 3:216-35

