

Educación para la salud, prevención y promoción comunitaria a través de la página de Facebook de un centro de salud de atención primaria

Health education, prevention and community promotion through the Facebook page of a primary care health center

Ana-María Rodríguez-González^{a, b, c}

^a Centro de Salud Altamira y Liébana, Servicio Cántabro de Salud, España

^b Universidad de Vigo, España

^c Fundación Biomédica Galicia Sur, Vigo, España

Resumen

Introducción: El uso de internet como fuente de información en la búsqueda de temas sociosanitarios ha crecido de forma exponencial en los últimos años. **Objetivos:** Describir y evaluar la experiencia de administrar una página de un centro de salud de atención primaria en las redes sociales. La página pretende acercarse al/la usuario/a y promover la educación para la salud, la prevención y la promoción de la salud comunitaria, además de convertirla en un activo de salud más a disposición de la comunidad. **Metodología:** La página fue creada en 2018 en la red social Facebook para el Centro de Salud Altamira. La trabajadora social sanitaria y la fisioterapeuta son las creadoras y las administradoras. El procedimiento utilizado consiste en publicar contenidos veraces y sencillos relacionados con la educación para la salud y la comunidad. **Resultados:** En casi dos años de actividad, la página tiene más de 1.000 seguidores/as, la mayoría mujeres. Concretamente, las publicaciones de actividades comunitarias alcanzaron el número de interacciones más elevado. **Conclusión:** La creación de una página no requiere mucha inversión, el reto viene de la implicación de las administradoras y de la motivación de los/las usuarios/as para que se sientan parte del grupo y participen de manera activa.

Palabras clave: redes sociales; promoción de la salud; educación para la salud; Facebook; internet.

Abstract

Introduction: The use of internet as a source of information for social and health issues has grown exponentially in recent years. **Objectives:** To present the experience of managing a page of a primary care health center on social networks. The page aims to approach the user and promote health education, prevention and promotion of community health, in addition to making it a more available health asset to the community. **Methodology:** The page was created in 2018 on the Facebook social network for the Altamira Health Center. The health social worker and physical therapist are the creators and administrators. The procedure used is to publish both factual and simple content related to health and community education. **Results:** In almost two years of activity, the page has more than 1,000 followers, most of them women. Specifically, publications about community activities reached the highest number of interactions. **Conclusion:** The creation of a page does not require much investment, the challenge comes from the involvement of the administrators and the motivation of the users to feel part of the group and to participate actively.

Keywords: social networks; health promotion; health education; Facebook; internet.

Introducción

Diarriamente crece el uso de internet como fuente de información tanto para uso general como relacionado con la salud, y sus contenidos producen interés tanto a los/las usuarios/as del sistema sanitario como a los/las propios profesionales de salud (Lupiáñez, 2008). Así, según el estudio sobre opiniones y expectativas de los ciudadanos sobre el uso y aplicación de las TIC en el ámbito sanitario, un 60,5% usa internet como fuente de información y un 22,3% utiliza las redes sociales para este fin (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016).

Las redes sociales, siguiendo a Cobo Romaní et al. (2007, p.13), describen “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”. Sin embargo, si bien son una herramienta de comunicación, la falta de filtros en la fiabilidad de la información, la carencia de experiencia en su gestión y el anonimato de las fuentes de las publicaciones pueden provocar ciertos riesgos para los/las usuarios/as (Farré et al., 2012). Es un hecho que son un medio muy influyente para la adopción de estilos de vida tanto sanos como perjudiciales para la salud (Tonsaker et al., 2014), así como para divulgar información sanitaria (Vance et al., 2009; Gabarrón et al., 2012). Por estos motivos se recomienda la implicación de las organizaciones sanitarias en lo relativo a su uso como promoción de la salud de la ciudadanía (Leis et al., 2013).

Dentro del ámbito sanitario, el uso de los recursos vinculados a la era digital también se ha hecho patente (Fernández Silano, 2014; Matarín, 2015; González Pacanowski et al., 2018), ya que se ha observado que además de ser una fuente de entretenimiento, las redes sociales pueden ser un canal de difusión de información a utilizar por instituciones y organizaciones de la salud (Curioso et al., 2011). Así, se ha constatado que su uso en los cuidados domiciliarios de salud aporta beneficios tanto para el paciente como para la familia (Sanz-Lorente et al., 2019).

Concretamente, este estudio se centra en la red social Facebook que fue creada en 2004 por Mark Zuckerber y que se define a sí misma como “una herramienta que te conecta con personas a tu alrededor” (García Sans et al., 2008). El hecho de ser versátil y gratuita lleva a que se creen comunidades virtuales de personas con

los mismos intereses, que las utilizan para intercambiar información (Cubas et al., 2019). Por ello, la existencia de esta herramienta puede resultar adecuada para unir a la comunidad y transmitir información desde la atención hospitalaria y la atención primaria de salud. De hecho, son múltiples los ejemplos de hospitales y centros de salud de atención primaria que la utilizan para relacionarse con su público y reforzar su rol de agente de comunicación para la salud (Timian et al., 2013; Costa-Sánchez et al., 2016; Zaman et al., 2020; Centro de Salud Saja, s.f.).

Sin embargo, aunque existe abundante literatura sobre el uso de una página de Facebook por parte de los hospitales, hasta donde se conoce apenas hay literatura sobre dicha experiencia desde un centro de salud. Por ello, un objetivo de este trabajo es analizar la interacción y los/las seguidores/as de la página para valorar en qué medida el acercamiento a la población de referencia detectada desde el centro de salud es percibido como una necesidad para estos.

Metodología

Descripción del caso estudiado

La zona básica de salud Altamira está situada en la Comunidad Autónoma de Cantabria y ofrece atención sanitaria a los ayuntamientos de Reocín, Santillana del Mar, Alfoz de Lloredo y Ruiloba. La población de estos cuatro municipios, según datos del último padrón (INE, 2018), asciende a un total de 15.693 habitantes. De los cuales, un 20,36% tiene 65 o más años (ICANE, 2019). A nivel sanitario, esta zona está compuesta por un centro de salud y nueve consultorios periféricos. En total, tiene asignadas, aproximadamente, unas 14.560 tarjetas sanitarias.

Diseño y procedimiento

Primeramente, se comentó la propuesta de creación de una página de Facebook en la gerencia de atención primaria. Seguidamente, el 6 de marzo de 2018 se presentó el proyecto en sesión a todo el equipo de la zona básica de salud. En dicha sesión, se acordó llevar a cabo la iniciativa y la aceptación del resto de miembros del equipo para contar con su colaboración a la hora de informar, seleccionar y colgar contenidos de temas relacionados con su categoría profesional. A continuación, se solicitó a la subdirección de gerencia de atención primaria el permiso correspondiente para

poder crear un perfil de Facebook utilizando el nombre del Centro de Salud (Centro de Salud Altamira). La aceptación se recibió en la misma semana por lo que, finalmente, el día 29 de marzo de 2018 se abrió la página, publicitándose su creación con carteles en el centro de salud y consultorios, y explicándoles a los/las usuarios/as su existencia, motivación y finalidad.

La página estuvo administrada desde sus comienzos por la trabajadora social sanitaria y la fisioterapeuta del centro de salud. De esta forma, también se pretende lograr una interdisciplinariedad. Las dos profesionales se formaron en el manejo de redes sociales a través de cursos organizados tanto por el Servicio Cántabro de Salud como externos. Además, es preciso destacar que ambas profesionales tienen asignado el total de población correspondiente a la zona básica, lo que hace que conozcan de primera mano las características de la zona sin que esta información esté sesgada a un cupo.

Se optó por crear una página visible (cualquier persona puede encontrar la página aunque no sea miembro de ella) y pública (no es preciso ser miembro o seguidor/a de la página para poder ver los contenidos y/o comentar en ellos). Desde el primer momento se dejó bien claro que la página de Facebook era un activo de salud en la zona básica de salud y que los contenidos allí publicados estaban enfocados a la prevención y promoción de la salud. Dichos contenidos siempre son analizados previamente a su publicación por profesionales de la salud, para valorar su pertinencia, adecuación y veracidad.

El procedimiento utilizado consiste en publicar contenidos sencillos, cortos y fáciles de comprender relacionados con la educación para la salud y la comunidad (post esquemáticos, vídeos cortos, difusión de charlas y eventos de carácter social y sanitario...). Asimismo, se interactúa con los/las usuarios/as, bien mediante la contestación a los mensajes privados recibidos, o bien a través de los comentarios en las publicaciones. También se realizan publicaciones con el objetivo de fortalecer los lazos de unión con el centro de salud y el equipo de profesionales que lo forman, como pueden ser fotos de los integrantes del equipo, felicitar las fiestas, celebrar días mundiales o internacionales...

Análisis mixto

En primer lugar, se analizan los contenidos publicados en la página desde su creación. Para ello, se clasifican

dichos contenidos en cinco grandes bloques temáticos (información sobre días mundiales y días internacionales relacionados con la salud; información sobre actividades grupales organizadas por el centro de salud; difusión de actividades realizadas en la comunidad; difusión de contenidos relacionados con la educación para la salud; y acercamiento del equipo de salud y de las instalaciones a las personas usuarias). Esta clasificación se realizó atendiendo a los fines de difusión perseguidos por la página. A continuación, se analizó cuantitativamente el número de veces que se compartía una publicación, las reproducciones realizadas y las reacciones recibidas, así como el aumento en el número de seguidores/as.

En segundo lugar, para evaluar la pertinencia y adecuación de la página, así como la conveniencia de darle continuación en el tiempo, se realizó una investigación con diseño cualitativo y transversal. La técnica de recolección de datos se basó en los comentarios recibidos en las diversas publicaciones. El método de análisis de los resultados se encuadra en la teoría fenomenológica. Los pasos a seguir fueron los siguientes: analizar los comentarios recibidos, para después proceder a identificar las principales unidades de significado, y una vez identificadas, redefinir las categorías codificadas surgiendo nuevas significaciones.

Resultados y discusión

Descripción de la muestra

En casi dos años de existencia, la página alcanzó más de 1.000 seguidores/as. Como se muestra en la figura 1, un 83% son mujeres y un 17% son hombres. El mayor volumen de seguidores/as se encuentra en la franja de edad entre 35-44 años, que representa casi un tercio del total, seguido de la franja de edad entre 45-54 años, que representa casi un cuarto de la suma. En todos los intervalos de edad las mujeres ocupan un mayor porcentaje que los hombres (Figura 1).

En la tabla 1 se muestra que la mayoría de las personas seguidoras son españolas y que 9 de cada 10 seguidores/as son de la Comunidad Autónoma donde está situado el centro de salud. Es necesario destacar un porcentaje del 4% perteneciente a América Latina. De este 4%, la mayoría son de México, ya que existe una ciudad llamada Altamira, en el estado de Tamaulipas. De ahí que parte de esos/as seguidores/as se deban a alguna confusión con nuestra localización.

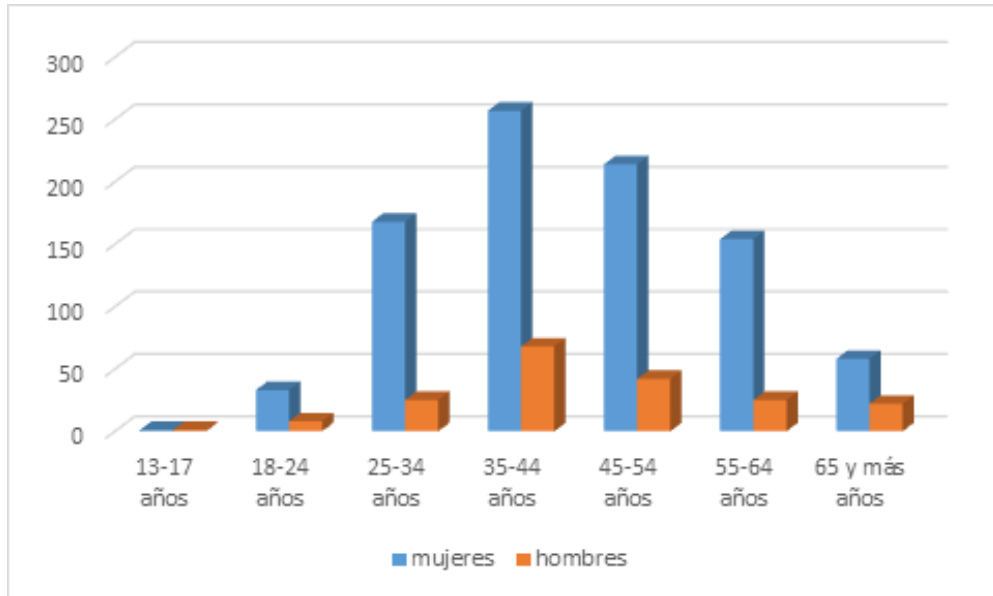


Figura 1. Distribución de las personas seguidoras de la página según sexo y grupos de edad.
Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. Distribución de las personas seguidoras de la página según lugar de residencia (%).

Lugar de residencia	%
España	95,2%
Cantabria	92,5%
Resto de Comunidades Autónomas	7,5%
Resto de Europa	0,7%
América Latina	4%
Resto de países del mundo	0,1%

Actividades del estudio analizadas

Los contenidos de las publicaciones fueron clasificados en cinco grandes bloques temáticos que se describen a continuación. En cada uno de estos bloques se describe en qué consiste la información en ellos contenida y se analizan cuantitativamente.

1. Información sobre días mundiales/ internacionales relacionados con la salud

El primer evento importante que reflejamos en la página de Facebook fue el “Día Internacional contra el Tabaco”. En la web íbamos reflejando todas las actividades del Centro ese día, añadiendo fotos (con permiso de las personas fotografiadas) para hacer más cercano el evento. Se colocaron mesas informativas en el centro, se realizaron cooximetrías, experimentos sobre el daño del fumar en nuestros pulmones –botella fumadora–, intercambios de fruta por cigarrillos... Algunas de las fotos subidas a la página de esta actividad alcanzaron casi los 40 “me gusta”. A raíz de este evento, el número de seguidores/as de la página subió en un 62%.

En el primer año, la actividad más importante que realizamos en el centro fue el “Día Mundial contra la Diabetes”, en el que destacamos su “marcha por la diabetes”, que fue pionera en la comunidad autónoma. Se realizaron muchas actividades previas al día marcado, así como actividades durante ese día, que contaron con gran participación de la comunidad superando todas las expectativas: promoción de la marcha con fotografías de todos los profesionales del centro que quisieron colaborar, mesas informativas durante la mañana, taller de cocina saludable, flashmob (realizado por los/las trabajadores/as del centro), glucemias pre y post marcha, marcha, merienda saludable y sorteo. Posteriormente, reflejamos con fotografías y vídeos cada actividad. Entre las publicaciones previas a este día podemos encontrar alguna con 47 “me gusta” y más de 1.900 visitas alcanzadas, y otra con 108 “me gusta” y casi 12.780 visitas alcanzadas. Entre las publicaciones posteriores, debemos destacar el vídeo del baile realizado por los/las compañeros/as, visualizado más de 2.700 veces y compartido más de 50 veces, así como el video resumen de la celebración de ese mismo día, que fue visualizado más de 1.600 veces y tuvo un alcance de casi 2.000 visitas. Tras este evento, volvió a subir de forma importante el número de seguidores/as.

Además, también conmemoramos en la página los días internacionales y mundiales marcados en calendario,

que consideramos de interés sanitario de la población. Se subieron entradas informativas de interés general informando de la conmemoración de ese día y del motivo por el que se celebra, recalcando su importancia. Algunos de estas entradas, como el del Día de la Fisioterapia, alcanzaron más de 1.100 visitas que se tradujeron en más de 30 “me gusta”. Otros como la Semana Mundial de la Lactancia Materna con más de 1.330 visitas alcanzadas y casi 20 “me gusta”; el Día de la Erradicación de la Violencia de Género con casi 830 visitas alcanzadas y más de 25 “me gusta”; el Día Mundial de la Menopausia con 14 me gusta y 1.460 visitas; el Día Mundial del Sida con más de 630 visitas alcanzadas y también más de 25 “me gusta”; el Día Mundial de la Parada Cardíaca con casi 1.300 visitas alcanzadas y más de 460 reproducciones; o el Día Mundial del Ictus con más de 5.400 visitas, 70 veces compartido y 36 “me gusta”.

2. Información sobre actividades grupales del centro de salud

Esta herramienta es una oportunidad para ampliar la difusión e información de diversas actividades que llevan años realizándose, pero cuya existencia era desconocida por muchos/as de los/las pacientes y usuarios/as debido a las carencias en los canales de difusión de las mismas.

Entre ellas destacamos los grupos de preparación al parto y al posparto, los cuales tienen publicaciones en las que rondan los 40 “me gusta” y casi 1.420 visitas; la sesión de la Dirección General de Tráfico sobre seguridad vial, con casi 900 visitas, 13 “me gusta” y 7 veces compartido; los cursos en el centro impartidos por nuestros/as profesionales, como “Cuidar al cuidador” (con más de 1130 visitas, 18 “me gusta” y 11 veces compartido), “Taller Respira” (con 21 “me gusta” y casi 600 visitas), “Taller de ejercicio físico” (con 12 “me gusta” y más de 310 visitas) y otros invitados como la Escuela Cantabra de Salud con cursos de cuidado responsable con 18 “me gusta”. Entre las publicaciones que más interacciones recibieron destacan las entradas de los grupos de post-parto y talleres de personas cuidadoras. Esto en parte puede ser debido a que un porcentaje elevado de las usuarias de la red social son mujeres que se encuentran en la franja de edad con más seguidores/as.

Se realizaron charlas informativas en los colegios de nuestra zona, con la colaboración y participación del profesorado del colegio. Suelen repetirse anualmente las charlas “Higiene de Manos” para el alumnado de infantil y los primeros cursos de primaria, cuyas publicaciones alcanzan unos 45 “me gusta” y unas

950 visitas. Además, también se realizan charlas de “Abordaje en tabaquismo” para el alumnado del último ciclo de primaria, alcanzando unos 31 “me gusta” y casi 600 visitas. Quedan reflejadas y publicitadas ambas actividades en nuestra página de Facebook, siempre guardando el anonimato de los/las menores.

Siendo un referente comunitario, quisimos también involucrarnos en un proyecto solidario. El primer año se hizo una campaña para recaudar ayuda económica a través de la ONG “Médicos sin fronteras”. Este segundo año, el proyecto ha sido a través de la ONGD “Solidaridad Médica”, recaudando material escolar, cepillos y pasta de dientes, medicación y dinero. En ambos casos se pidieron los permisos necesarios para poder realizar las actividades en el centro. Se explicó a través de la red cómo se iba a realizar, la progresión y el resultado final. Estas actividades tuvieron aceptación entre la comunidad, tanto a nivel participativo como colaborando activamente en las campañas y ayudando a la difusión: compartiendo publicaciones, sumando “me gusta”, comentando fotos... De hecho, algunas de las publicaciones alcanzaron casi 30 “me gusta” y fueron más de 25 veces compartidas con un alcance de más de 2.360 visitas.

3. Difusión de actividades realizadas en la comunidad

Además de difundir las actividades realizadas por el centro de salud, también se le da difusión a aquellas actividades y talleres organizados por alguno de los ayuntamientos de la zona o la mancomunidad. De alguna forma, se pretende dar la mayor difusión a dichas actividades ya que proporcionan un ocio saludable a la población. Entre ellas están el curso de defensa personal, que alcanzó 7 “me gusta” y más de 350 visitas; el taller de actividades sobre igualdad y violencia de género, con más de 425 visitas y 16 “me gusta”; los paseos saludables, con 46 “me gusta” y 2.580 visitas; el taller de Alzheimer, que alcanzó 236 visitas y 5 “me gusta”; las actividades de gimnasia y ejercicio físico, que alcanzaron más de 370 visitas y 7 “me gusta”; o las actividades durante el periodo vacacional, con 475 visitas y 13 “me gusta”.

Además, aquellas actividades grupales o comunitarias que fueron realizadas fuera de nuestra zona de salud, pero que podrían tener relevancia para nuestros/as usuarios/as, también fueron difundidas, ya fueran celebradas en municipios vecinos o en zonas más alejadas dentro de la comunidad autónoma; organizadas por asociaciones, escuelas de salud, servicios públicos u otros centros de salud. Entre los ejemplos de este tipo podemos destacar:

la marcha contra el cáncer, que alcanzó 478 visitas y 13 “me gusta”; las charlas del aula de salud organizadas por ayuntamientos próximos, que alcanzaron casi 450 visitas y 10 “me gusta”; o las rutas de vida saludable con más de 300 visitas y 7 “me gusta”.

4. Difusión de contenidos relacionados con educación para la salud

Normalmente los contenidos son entradas informativas y cortas, de interés sanitario general. Se abordan diferentes temáticas relacionadas con la salud que consideramos importantes. Entre ellas, información sobre vacunación infantil, campaña de vacunación de la gripe, alertas sobre medicamentos, alertas sanitarias, ola de calor/frío, etc. Algunos de estas entradas tuvieron un alcance de más de 1.000 visitas y más de 30 “me gusta”.

Si hacemos una clasificación en cuanto a la temática tratada, las publicaciones de donación de sangre alcanzaron más de 480 visitas y 17 “me gusta”; las de aclaración entre síntomas catarrales y gripales alcanzaron más de 7.760 visitas, 23 “me gusta” y 130 veces compartido; las de alimentación saludable más de 460 visitas y 12 “me gusta”; las de donación de médula casi 800 visitas y 24 “me gusta”; y los consejos de evitar riesgos con determinados alimentos en menores casi 600 visitas y 18 “me gusta”.

5. Acercamiento del equipo de salud y de las instalaciones a las personas usuarias

Se realiza anualmente una visita guiada del centro de salud para el alumnado de segundo ciclo de primaria. El objetivo es que sepan quiénes somos y cómo se trabaja en el centro, y que pierdan el miedo a acudir a sus revisiones o cuando están enfermos. Todo quedó reflejado en nuestra página, con fotos y explicaciones sencillas. Estas publicaciones obtuvieron unos 30 “me gusta” y un alcance de unas 2.100 visitas.

Otro tipo de informaciones relacionadas con este aspecto que se han publicado desde la página han sido: la apertura de centros consultorios por obras, con más de 1.090 visitas y 18 “me gusta”; la felicitación de las fiestas navideñas del equipo de salud a la población, con 1.264 visitas, 89 “me gusta” y 12 veces compartido; la despedida de compañeros/as que dejan de trabajar en el centro de salud, con más de 700 visitas, 63 “me gusta” y 6 veces compartido; la presencia del equipo sanitario en el apoyo a la celebración del Día Internacional contra la violencia de género con 1.290 visitas, casi 100 “me

gusta” y 12 veces compartido; la promoción de la página de Facebook, con 1.380 visitas, 33 “me gusta” y 13 veces compartido; la presencia de parte del equipo de salud en congresos sanitarios, con más de 900 visitas y 32 “me gusta”; y la aparición de actividades realizadas por el centro de salud en organismos internacionales, con 28 “me gusta” y casi 900 visitas.

Interacción con los usuarios/as mediante mensajes públicos y privados

Al interactuar mediante la red social intentamos animar a la participación de las personas usuarias. Lo hacemos resolviendo sus dudas, respondiendo a sus comentarios, publicando aclaraciones sobre dudas que nos plantean de manera repetida en alguna consulta e información pública relacionada con la salud que puede generar nerviosismo entre la población y que consideramos que es importante aclarar. Es necesario recordar que esta red social permite el envío de mensajes privados. Cuando recibimos algún mensaje intentamos contestarlo el primer día. De hecho, el tiempo medio de respuesta está en 16 horas. Todos estos comentarios, tanto los recibidos en mensajes privados como los comentarios en cada una de las publicaciones, han sido analizados cualitativamente.

Es frecuente, debido al nombre del centro de salud, recibir mensajes de México. Concretamente de la ciudad de Altamira, situada en el estado de Tamaulipas. La mayoría de estos mensajes son de población muy joven y, en una alta proporción, sus consultas están relacionadas con temas de sexualidad, reproducción y vacunas. Todos estos mensajes también son contestados, ya que el objetivo principal de la página es informar y educar en salud. La temática de los mensajes privados recibidos de la población perteneciente a nuestro centro de salud es muy variada. Así, hemos recibido mensajes en los que nos formulaban dudas sobre lactancia materna, alimentación del bebé, vacunas tanto de menores como de adultos, horario del centro de salud para realizar gestiones tanto administrativas como sanitarias, aclaraciones de publicaciones (se reciben con cierta frecuencia mensajes privados en vez de comentarios en la publicación) o dudas clínicas de diferentes patologías. Además, también es bastante frecuente recibir mensajes privados de agradecimiento por la información que se publica en esta página.

En cuanto a los comentarios recibidos en las publicaciones, más de tres cuartas partes de los mismos son de agradecimiento por la información publicada y de ánimo para continuar la labor de esta página. No obstante, en algunas publicaciones se recibieron comentarios

polémicos cargados de ideología política y que podrían llegar a manipular la información que contenía la publicación. En alguna publicación también se recibieron comentarios explicando la experiencia personal sobre el tema de la publicación.

Conclusiones

Las interacciones y comentarios recibidos nos muestran que la información relacionada con actividades grupales del centro de salud y la difusión de contenidos de educación para la salud son los más visitados. Concretamente, entre las actividades grupales del centro que más interacciones recibieron destacan las publicaciones de los grupos de postparto y talleres de personas cuidadoras. Entre la difusión de contenidos de educación para la salud destacan las publicaciones relacionadas con gripe, catarro y vacunas. Esta página ha difundido y por lo tanto ha contribuido a fomentar que participen un mayor número de personas usuarias en las actividades de celebración de días mundiales como el Día Mundial de la Diabetes y del Día Mundial Sin Tabaco.

Los resultados obtenidos, en parte, pueden estar sesgados por sexo y algún grupo de edad, debido a que un porcentaje elevado de las usuarias de la red social son mujeres que se encuentran en las franjas de edad entre 25 y 54 años, de ahí que obtengan mayor alcance aquellas publicaciones que puedan interesar más a este grupo de población. No obstante, los resultados de seguidores/as son consistentes con estudios previos. Así, el estudio realizado por Aspani et al. (2012) muestra que las mujeres dedican más tiempo a Facebook y lo utilizan más como herramienta para la comunicación.

Difundir las actividades de prevención y promoción sanitaria a través de la red social permite llegar a nuestra población de una forma rápida y directa, a la vez que acercarse a ella. Ciertamente, la creación de una página en Facebook es una tarea muy fácil que no requiere mucha inversión económica, ni son necesarios grandes conocimientos de las tecnologías de la información y comunicación o una excesiva alfabetización digital para el uso de la red social. Más bien, el desafío viene de la buena coordinación e implicación de las administradoras y de la capacidad de motivar a los/las usuarios/as para que se sientan miembros de la misma y participen en ella de manera activa y beneficiosa. Líneas futuras de investigación deberían analizar la continuidad de estos resultados en el tiempo, debido a los cambios continuos que sufren las redes sociales y la fugacidad con que estas se vuelven obsoletas para gran parte de las personas usuarias.

Es preciso mencionar las siguientes limitaciones con las que nos encontramos. Primero, el centro de salud Altamira está situado en una zona semirural. Este hecho justifica, en parte, que un porcentaje importante de los/las usuarios/as que acuden diariamente al centro de salud sean personas mayores. Segundo, la mayoría de estas no suelen tener perfil en esta red social, o bien tienen algunas dificultades para manejarse con el ordenador. Por ello, resulta un poco más costoso conseguir más seguidores/as o impacto para lograr el objetivo de informar más y mejor. Tercero, debido a que se trata de una página con perfil público, esto hace que personas que no tengan cuenta en Facebook puedan acceder a la información, pero no pueden interactuar con un “me gusta” ni con comentarios. Finalmente, debido a que el objetivo de la página es difundir información y llegar al mayor número de personas posible, se optó por crear una página abierta que no obliga a ser miembro de ella, para facilitar el acceso a los contenidos que en ella se publican. De ahí que el número de seguidores/as también pueda estar infravalorado.

Financiación

Esta investigación no recibió financiación.

Declaración de disponibilidad de datos

Los datos presentados en este estudio pueden ser solicitados a la autora de correspondencia.

Agradecimientos

A todas los/las seguidores/as de la página.

Conflicto de interés

La autora declara que no hay conflicto de interés.

Referencias bibliográficas

- Aspani, S., Sada, M., & Shabot, R. (2012). Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en Psicología*, 16(27), 107-114.
- Centro de Salud Saja. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. *Facebook*. Recuperado el 2 de noviembre de 2020 de <https://www.facebook.com/CentroDeSaludSaja/>
- Cobo Romani, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. México DF, Barcelona: Universitat de Vic, Flasco México. Disponible en: <http://www.planetaweb2.net/>
- Costa-Sánchez, C., Túnñez-López, M., & Videla-Rodríguez, J. J. (2016). Hospitales españoles en la web social. Gestión de Facebook y Twitter por el Hospital Sant Joan de Dèu (Barcelona). *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1108-1130.
- Cubas, W.S., Centeno-Leguía, D., & Gómez-Briceño, A. (2019). El papel de Facebook Grupos en la educación médica peruana. *Revista Médica Herediana*, 30, 204-206.
- Curioso, W.H., Alvarado-Vásquez, E., & Calderón-Anyosa, R. (2011). Usando Twitter para promover la educación continua y la investigación en el Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 28(1), 156-166.
- Farré Coma, J., Gonzalo Iglesia, J.L., Lores García, M., Lozano Monterrubio, N., & Prades Tena, J. (2012). Comunicación de riesgos y seguridad alimentaria en la era 2.0. *El Profesional de la Información*, 21(4), 381-384.
- Fernández Silano, M. (2014). La Salud 2.0 y la atención de la salud en la era digital. *Revista Médica de Risaralda*, 20(1), 41-46.
- Gabarrón, E., y Fernández-Luque, L. (2012). eSalud y vídeos online para la promoción de la salud. *Gaceta Sanitaria*, 26(3), 197-200.
- García Sans, A. (2008). Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook. *Revista RE-Presentaciones. Periodismo, Comunicación y Sociedad*, 5(2), 49-59.
- González Pacanowski, T., & Medina Aguerrebere, P. (2018). Las apps en la identidad digital hospitalaria: implicaciones en la reputación y tendencias. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 9(1), 82-92.
- Leis, A., Mayer, M.A., Torres Niño, J., Rodríguez-González, A., Suelves, M., & Armayones, M. (2013). Grupos sobre alimentación saludable en Facebook: características y contenidos. *Gaceta Sanitaria*, 27(4), 355-357.
- ICANE. (2019). *Cifras de población. Población por grandes grupos de edad y sexo*. (Consultado el 04/02/2020). Recuperado de: <https://www.icane.es/population/population-figures>
- INE. (2018). *Cifras oficiales de población resultantes de la revisión del Padrón municipal a 1 de enero*. Cantabria: población por municipios y sexo. (Consultado el 04/02/2020). Recuperado de: <http://>

www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2893

Lupiáñez-Villanueva, F. (2008). *Internet, salud y sociedad. Análisis de los usos de Internet relacionados con la Salud en Catalunya*. Tesis doctoral. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9123/tesis_flupianez_21_11_08.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Matarín, T. M. (2015). Redes sociales en prevención y promoción de la salud. Una revisión de la actualidad. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 6(1), 62-69.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). (2016). *Los ciudadanos ante la e-sanidad. Opiniones y expectativas de los ciudadanos sobre el uso y aplicación de las TIC en el ámbito sanitaria*. (Consultado el 04/02/2020). Recuperado de: https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/los_ciudadanos_ante_la_e-sanidad.pdf

Sanz-Lorente, M., & Bolea, R. C. (2019). Redes sociales: Recursos interactivos y la información sobre salud. *Hospital a Domicilio*, 3(4), 269-277.

Timian, A., Rupcic, S., Kachnowski, S., & Luisi, P. (2013). Do patients “like” good care? Measuring hospital quality via Facebook. *American Journal of Medical Quality*, 28(5), 374-382.

Tonsaker, T., Bartlett, G., & Trpkov C. (2014). Health information on the Internet: gold mine or minefield? *Canadian Family Physician*, 60(5), 407-408.

Vance, K., Howe, W., & Dellavalle, R.P. (2009). Social internet sites as a source of public health information. *Dermatologic Clinics*, 27, 133-136.

Zaman, N., Goldberg, D. M., Abrahams, A. S., & Essig, R. A. (2020). Facebook Hospital Reviews: Automated Service Quality Detection and Relationships with Patient Satisfaction. *Decision Sciences*. doi. org/10.1111/dec.12479