

Uso de redes sociales en la Organización Panamericana de la Salud

Uso de redes sociales en la Organización Panamericana de la Salud y su beneficio en la salud pública

1. Introducción:

Garantizar información veraz y rigurosa y facilitar una transmisión de conocimiento a la ciudadanía sobre temas de salud en Internet plantea uno de los desafíos más importantes para todos los agentes involucrados: autoridades sanitarias, profesionales sanitarios, industria farmacéutica, asociaciones y sociedades científicas profesionales y, por supuesto, asociaciones de pacientes y la ciudadanía.

El uso y el constante desarrollo de Internet es un claro beneficio para el avance de la Ciencia y, en el caso de las Ciencias de la salud, este uso y desarrollo juegan un papel cada vez más importante en la obtención de la mejor información y evidencia disponible para conseguir la excelencia en la atención, el cuidado y la seguridad de los pacientes(1,2).

1.1. Concepto: Web 2.0

El uso del correo electrónico y la búsqueda de información son las principales actividades de Internet por excelencia. A esto hay que añadir, a partir del año 2004 -gracias a un incremento del desarrollo de la banda ancha de Internet y nuevos desarrollos tecnológicos-, un cambio marcado por la denominada Web 2.0 (Web social) basada en compartir, en la que las personas usuarias tienen la opción de dar su opinión y contar sus experiencias a través de espacios colaborativos en Internet.

Algunas herramientas de la Web 2.0 son: blogs, wikis, entornos web para compartir cualquier tipo de recurso y redes sociales.

Campañas OPS



(https://www.paho.org/option=com_docman/view=gallery/itemid=7249)
Sarampión
(https://www.paho.org/option=com_topic/view=topic/itemid=7249)



(https://www.paho.org/option=com_content/view=article/itemid=7249)
health-day&Itemid=7249
Día Mundial de la Salud
(https://www.paho.org/option=com_content/view=article/itemid=7249)
health-day&Itemid=7249



Es en este espacio es donde se hacen realidad las conexiones, contactos, aprendizaje, diversiones, lecturas, conversaciones y todo tipo de interacciones humanas, tanto sean personales como profesionales(3).

1.2. Internet y Redes sociales en las Américas

En la región de las Américas habitan más de 590 millones de personas, de las cuales, el 34,6% son usuarias de Internet.

Del año 2000 al 2010, el acceso a Internet en esta región aumentó en más de un mil por ciento llegando a representar, en la actualidad, el 10,1% de la población total que accede a Internet(4).

Un estudio de la consultora comScore(5) afirma que Latinoamérica es la Región en la que más rápido aumenta el acceso a Internet con un 23% de crecimiento del año 2009 al 2010. Además, según este trabajo, los servicios más utilizados por los usuarios son: en primer lugar, la búsqueda de información; seguido del uso de redes sociales y; en tercera posición, la consulta del correo electrónico (ver Gráfico 1).

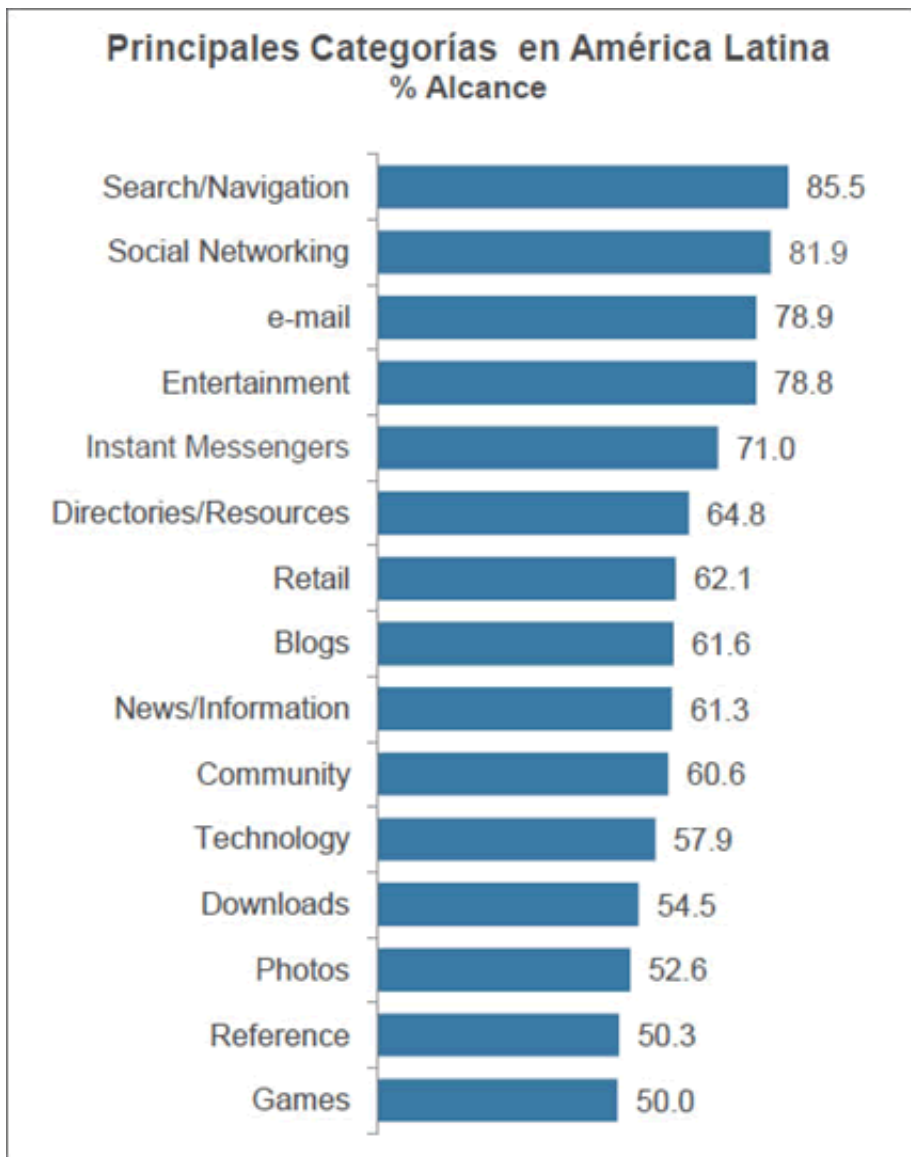
(<https://www.paho.org/...>
Semana de
Vacunación en
las Américas
(<https://www.paho.org/...>

**Calendario
Días
Mundiales
2019**




([https://www.paho.org/option=com_docn...
de-
sensibilizacion-
de-la-ops-
2019-
1&Itemid=270&lar
Calendario en
formato JPG
\(\[https://www.paho.org/option=com_docn...
de-
sensibilizacion-
de-la-ops-
2019-
1&Itemid=270&lar
Calendario en
formato PDF
para imprenta
\\(\\[https://www.paho.org/option=com_docn...
de-
sensibilizacion-
de-la-ops-
2019&Itemid=270&\\]\\(https://www.paho.org/option=com_docn...\\)\]\(https://www.paho.org/option=com_docn...\)](https://www.paho.org/option=com_docn...)

**Imagen
Corporativa
OPS**



(<http://www.paho.org/lang=es>)



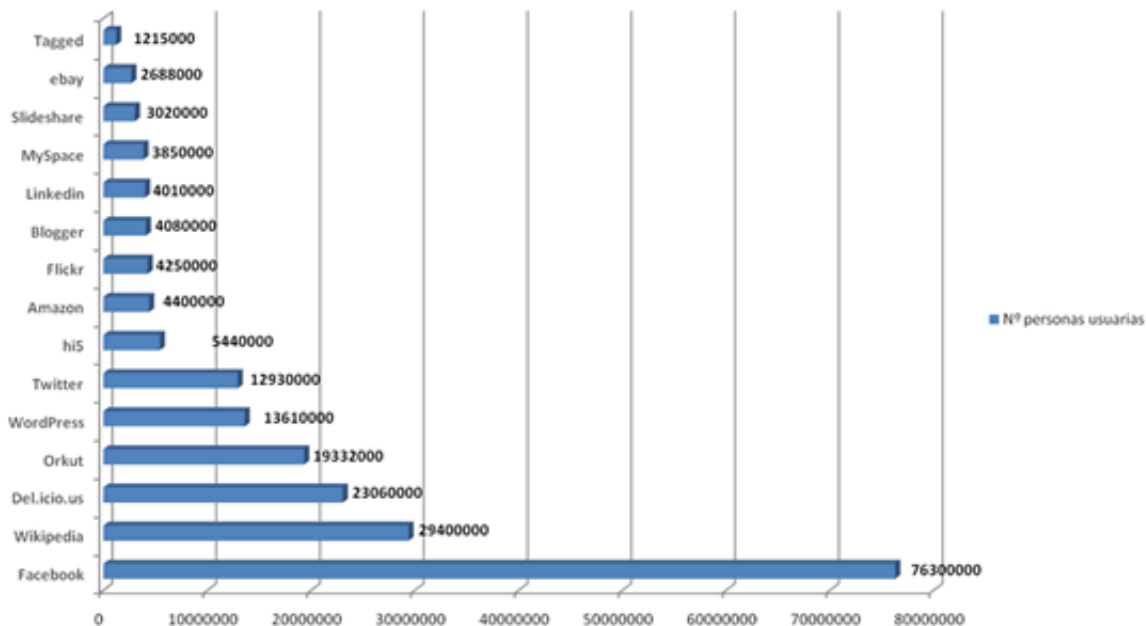
 Guía de la OMS- comunicación en caso de brotes epidémicos (768.46 kB)
(http://www.paho.org/option=com_docn)

En el caso de la región de las Américas, el interés por sitios de la Web 2.0 se ve reflejado en las estadísticas de sitios web más visitados estando Blogger, Facebook, hi5, Orkut, Wikipedia, WordPress y Youtube entre los 20 espacios más visitados en Internet para muchos de los países de la región de las Américas en los que se ha efectuado un análisis siguiendo el ranking web de Alexa (ver Tabla 1).

Sitios más visitados en Internet: la Web 2.0 en la región de las Américas

	Amazon	Blogger	ebay	Facebook	Flickr	hi5	LinkedIn	Myspace	Orkut	Tagged	Twitter	Wikipedia	WordPress	Youtube
Antillas Hol.	10	9	16	2	11		12			18	13	6		3
Argentina		7		1							12	11		4
Barbados	7	11	15	2						14	10	9		3
Bolivia		6		1								10	13	5
Brasil		9		8					3		14	17	19	4
Canadá	16	9	19	2			12				10	7	17	4
Chile		6		2							14	11		3
Colombia		8		1							10	9	18	4
Costa Rica	11	7	19	1							13	8	16	4
Cuba		6		2							9	8	11	13
Ecuador	19	8		1		12					11	9		5
El Salvador		7		1							16	9	18	4
Guadalupe		13		2								9		4
Guatemala	13	8		1							14	9	18	5
Honduras	14	8		1								10		5
Jamaica	11	10	16	1						15	8	7		4
Martinique		13	18	2								9		5
México		8		1							12	9	16	4
Nicaragua	16	7		1			14					10	15	6
Panamá	14	6	16	2							11	8	20	3
Paraguay		7		1					9		15	12	18	4
Perú		6		2		11					13	9	17	4
Puerto Rico	15	8	10	1				19			16	12		3
Rep. Dominicana	12	6	13	1							10	8	20	4
Trinidad y Tobago	7	13	11	1						17	19	9		3
Uruguay		6		1							14	11	15	4
Venezuela	15	7		1							11	10		5

Hablamos de millones de personas usuarias de las Américas que son usuarias de espacios en la Web 2.0 (ver Gráfico 2).



1.3. Redes sociales en el ámbito sanitario

Se ha demostrado que compartir opiniones sobre salud a través de Internet, sin ser un indicador decisivo en la fiabilidad de la información mostrada, pueden influir y ser decisivas en la modificación de puntos de vista de otros consumidores de información(6).

Un estudio realizado para Pfizer(7) muestra que la salud todavía no está presente en las redes sociales y que sólo un 12% de la muestra seleccionada que participa en estos canales lo hace para tratar temas de salud.

Existen redes sociales generales, sin una temática determinada, y espacios de conocimiento de carácter temático. En el caso del ámbito sanitario, algunos ejemplos son los siguientes:

Patients like me (<http://www.patientslikeme.com/>) (Pacientes ayudando a pacientes).

Permite localizar personas con alguna enfermedad y compartir experiencias con personas usuarias que comparten sus mismas dolencias.

Lybba. (<http://www.lybba.org/>) Plataforma que trabaja en red para mejorar la información sobre salud disponible en Internet.

Sermo. (<http://www.sermo.com/>) Red social para médicos, donde se pueden compartir experiencias y realizar actividades profesionales.

I'm too young for this. (<http://stupidcancer.com/>) Sitio de autoayuda para jóvenes que padecen cáncer.

Servicio Yahoo respuestas salud. (<http://es.answers.yahoo.com/dir/index>) Permite realizar preguntas sobre temas relacionados con salud (sobre cuidados, dietas, enfermedades, medicinas alternativas, odontología, ópticas, salud masculina y femenina, salud mental y otros), entre otras categorías, y votar las mejores respuestas (en principio, de mayor confianza y fiabilidad), además de valorar a los mejores participantes.

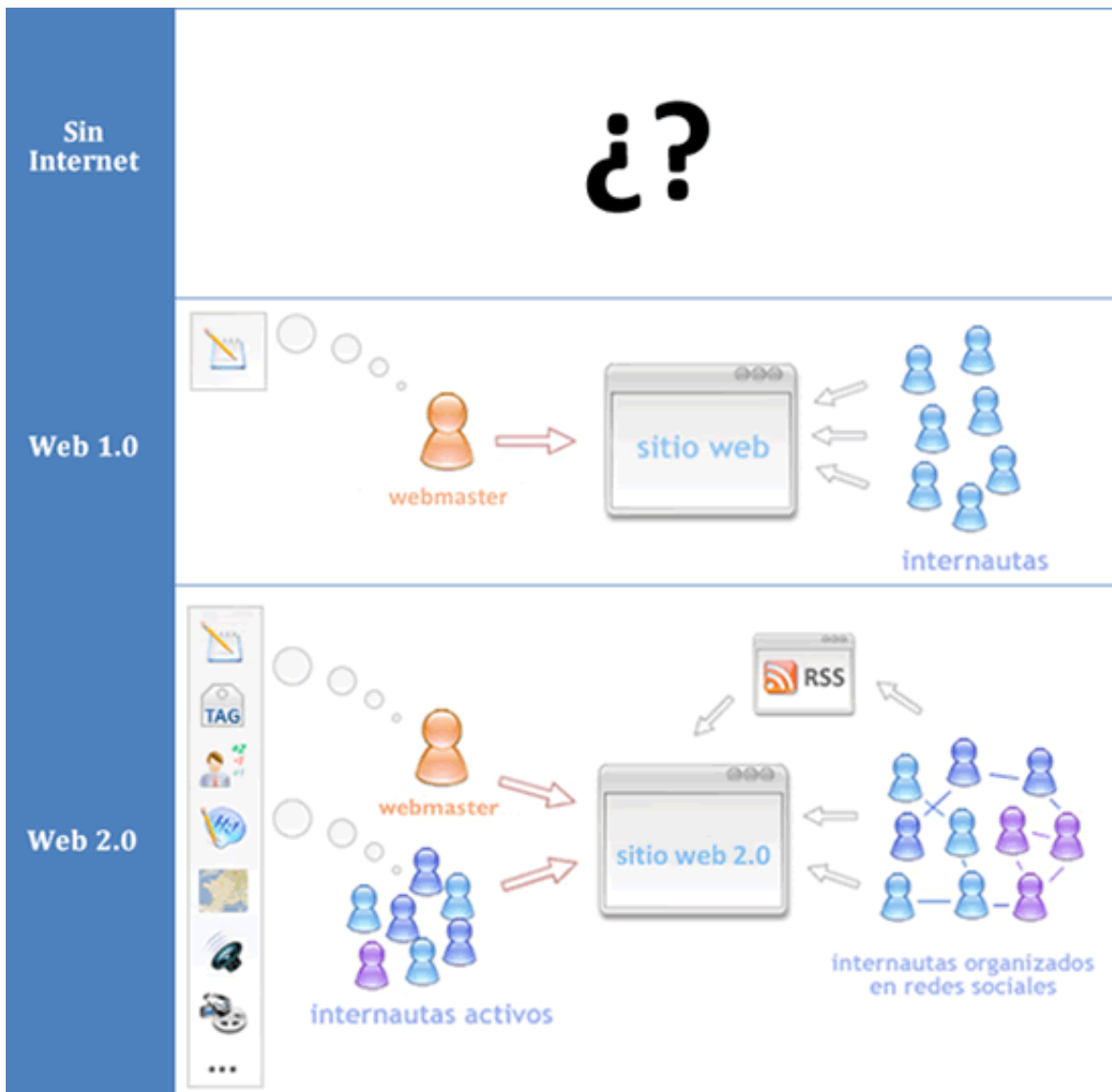
Vi.vu. (<http://vi.vu/>) Red que permite poner en contacto a profesionales y usuarios de la salud.

2. Redes sociales en la Organización Panamericana de la Salud:

2.1. Antecedentes

El uso de las redes sociales en las instituciones supone un fortalecimiento de la democracia de dichas instituciones.

Para la Organización Panamericana de la Salud, Internet ha supuesto una revolución en el proceso de comunicación con la ciudadanía (ver Gráfico 3).



2004

Los orígenes de la presencia de la Organización Panamericana de la Salud en la Web 2.0 se emontan al 15 de octubre de 2004, fecha en la que se publica la entrada sobre la organización en la enciclopedia colaborativa Wikipedia.

Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Panamericana_de_la_Salud
 (http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Panamericana_de_la_Salud)

2006

El primer blog de la Organización Panamericana de la Salud surgió el 3 de mayo de 2006, fecha en la que es lanzado el Blog de la Dra. Mirta Roses Periago

(<http://mirtaroses.paho.org> (<http://mirtaroses.paho.org>)), Directora de la Organización Panamericana de la Salud, bajo el lema “OPS, un equipo, una meta: la salud en las Américas”.

A esta iniciativa han seguido distintas actuaciones en la Web 2.0 como son la presencia en redes sociales como:

2009

El perfil en Facebook de la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS), fue lanzado a mediados del año 2009.

Disponible en: <https://www.facebook.com/PAHOWHO>
(<https://www.facebook.com/PAHOWHO>)

A fecha 17 de febrero de 2011, este perfil cuenta con 4,883 seguidores desde 38 países y ciudades (ver Gráfico 4). Hoy en día contamos con un promedio de 200 nuevos “Me gusta” por mes.

Countries [?]	Towns/Cities [?]	Language [?]
753 United States	447 Mexico City	2,653 Spanish
644 Argentina	439 Buenos Aires	1,234 English (US)
589 Mexico	362 Lima	472 Spanish (Spain)
493 Colombia	355 Bogota	166 English (UK)
364 Peru	173 San Jose	138 Portuguese (Brazil)
257 Costa Rica	169 Santiago	42 French (France)
174 Chile	156 Caracas	31 Italian
169 Venezuela	152 Dorrego	23 Portuguese (Portugal)
149 Brazil	142 Washington	15 Indonesian
115 Spain	88 El Paso	8 Dutch
90 Canada	86 Medellin	7 Turkish
72 Uruguay	76 Madrid	7 Traditional Chinese (Taiwan)
68 Ecuador	72 Sao Paulo	6 German
55 Guatemala	71 Montevideo	6 Arabic
54 Dominican Republic	55 Guatemala	6 Catalan
50 El Salvador	54 Santo Domingo	3 Bulgarian
47 Paraguay	47 Asuncion	3 Greek
45 Puerto Rico	43 San Salvador	3 Spanish (Colombia)
43 Bolivia	42 Alajuela	3 Romanian

El 57% de los “Me gusta” corresponden al sexo femenino de los cuales 23% son de mujeres entre las edades 25-34 ; 12% entre 35-44; 11% entre 18-24%; 7% entre 45-54; 3.1% más de 55 años; y .86% entre 13-17 años.

El 39% de los “Me gusta” corresponden al sexo masculino de los cuales el 15% son de hombres entre las edades de 25-34; 9.1% entre 35-44; 6.2% entre 18-24; 5.3% entre 45-54; y .74% entre los 13 y 17 años.

Del 17 de diciembre del 2010 al 16 de enero del 2011 han habido 106,000 “entradas vistas”; 2,411 usuarios activos.

2010

En 2010 se dio un impulso a la creación de blogs temáticos que resultaron de gran utilidad para la transmisión de información y el intercambio de conocimiento de manera rápida y eficaz. Algunos ejemplos:

Blog del 50° Consejo Directivo de la Organización Panamericana de la Salud.

Disponible desde septiembre de 2010 en: <http://www.paho.org/blogs/cd50/>
(<http://www.paho.org/blogs/cd50/>)

Blog Emergencia en Haití (en respuesta al brote de cólera en Haití).

Disponible desde octubre de 2010 en: <http://www.paho.org/blogs/haiti/>
(<http://www.paho.org/blogs/haiti/>)

Blog de la Revista Panamericana de Salud Pública (RPSP)

Disponible desde octubre de 2010 en: <http://www.paho.org/blogs/rpsp/>
(<http://www.paho.org/blogs/rpsp/>)

Blog del Área Gestión del Conocimiento y Comunicación.

Disponible desde diciembre de 2010 en: <http://www.paho.org/blogs/kmc/>
(<http://www.paho.org/blogs/kmc/>)

2.2. Visión

El discurso de toma de posesión de la Dra. Mirta Roses Periago como Directora de la Organización Panamericana de la Salud, el 31 de enero de 2003, ya adelantaba que éste sería el “(...) siglo de las redes, la conectividad y la interdependencia, y esto nos permitirá superar las barreras de tiempo y espacio, abriendo posibilidades que nunca imaginamos para mejorar las condiciones de vida de nuestros pueblos (...)”.

En este marco organizacional, la visión de la estrategia del uso de las redes sociales por parte de la Organización Panamericana de la salud podría basarse en: "Mejorar la salud pública en las Américas mediante el uso de espacios en la Web 2.0 que fortalezcan la promoción y prevención de la salud".

2.3. Audiencia

Esta estrategia tiene como destinatarios, principalmente, a los siguientes grupos:

Autoridades sanitarias

Profesionales sanitarios

Industria farmacéutica

Asociaciones y sociedades científicas profesionales

Asociaciones de pacientes y la ciudadanía

Profesionales de la información, la documentación y la comunicación.

2.4. Aplicabilidad

Esta estrategia es aplicable a las Áreas de la Organización Panamericana de la Salud que deseen tener presencia, crear y contribuir en redes sociales, blogs, wikis y cualquier otro tipo de herramienta de la web social en el marco de sus competencias dentro de la organización.

2.5. Metodología de trabajo

En base a las buenas prácticas detectadas, se han identificado los siguientes criterios de interés a tener en cuenta en la metodología de trabajo para el correcto desarrollo de esta estrategia:

1. *Funcionamiento y marca institucional*

- Definir los espacios web colaborativos en los que se desea tener presencia.
- Dar homogeneidad a la imagen corporativa de la Organización (logo, fuentes, colores).
- Definir formato, tamaño, fuentes y colores para el material multimedia.
- Usar cuentas compartidas para el manejo de las distintas herramientas (por ejemplo, por país) y realizar un inventario de personas responsables.

2. *Contenidos*

- Desarrollar una política de edición, publicación de contenidos, moderación de comentarios, seguridad anti-spam y responsabilidades en cuanto a la publicación.
- Usar un lenguaje adecuado, escribiendo en un formato claro y sencillo.
- Responder siempre a los comentarios que se reciban de manera coherente y respetuosa (sean estos comentarios positivos o negativos).
- Crear comunidades de acuerdo a intereses o gustos (por ejemplo: días mundiales relacionados con la salud, eventos especiales...).
- Dar crédito a las fuentes de información utilizadas.
- Verificar la veracidad de la información antes de publicarla.
- Aportar valor añadido. No enviar mensajes únicamente con links, sin incluir una presentación de lo que se está enlazando.
- Realizar un correcto etiquetado y descripción de los contenidos.
- Actualizar los contenidos de manera periódica.

3. Comunicación

- Motivar la participación mediante la invitación a visitar, preguntar, pedir opiniones, utilizando títulos llamativos.
- Permitir el contacto directo con los responsables del contenido publicado.
- No usar las redes sociales únicamente como vehículo de promoción y marketing.
- Solicitar identificación cuando se dejen comentarios (Blogs).
- Ser agradecido y amable con los lectores

4. Promoción

- Promover la colaboración institucional conociendo el trabajo de aliados en las diferentes redes sociales e intercambiando información y conocimiento.
- Formar al personal de la Organización en el uso y aprovechamiento de las diferentes herramientas de la red social.
- Establecer mecanismos de promoción de las herramientas en la web social en distintas posibilidades: página web, publicidad (folletos, trípticos...), correo electrónico, etc.
- Integrar las distintas plataformas con herramientas compatibles.
- Utilizar la recomendación como una buena estrategia de marketing.
- Incluir enlaces a las páginas web cuando se mencionen instituciones o proyectos que cuenten con ellas.
- Desarrollar y evaluar nuestra reputación digital en Internet.

2.6. Resultados esperados

Los resultados esperados de esta estrategia tienen su impacto sobre seis líneas de actuación: (1) Fortalecimiento de la transparencia; (2) Mejora de la comunicación y la colaboración; (3) Fomento de la alfabetización; (4) Compromiso con la investigación; (5) Gestión del conocimiento; y (6) Aumento de la visibilidad web.

1. Fortalecimiento de la transparencia.

- Transmitir los principios y los valores de la organización de una manera directa, en nuevos canales de comunicación y sin intermediarios.
- Prestar un servicio público ofreciendo una imagen transparente.

2. Mejora de la comunicación y la colaboración.

- Facilitar una comunicación basada en respuestas inmediatas, fluida, rápida y bidireccional con nuestra audiencia.
- Ser una fuente de información fiable y eficaz para medios de comunicación aportando valor añadido.
- Favorecer la conexión con otras instituciones en el mismo ámbito temático.
- Establecer un compromiso basado en la conversación, el intercambio de información y la recepción de ideas para garantizar la mejora continua.
- Ser una herramienta eficaz en situaciones de comunicación de riesgos y desastres entre la población.
- Generar debates y participar de los ya existentes.

3. Fomento de la alfabetización.

- Facilitar información sobre salud fiable y de calidad, de interés para la ciudadanía, en un lenguaje comprensible para las personas usuarias, que mejore los cuidados sobre su salud influyendo en comportamientos saludables (empoderamiento).

4. Compromiso con la investigación.

- Permitir la participación en el desarrollo de políticas de la institución.
- Fomentar el compromiso con la investigación a través de la difusión de resultados a través de distintas plataformas de la web social.
- Dar a conocer resultados de proyectos liderados por la organización y fomentar el contacto entre el personal investigador en la región.

5. Gestión del conocimiento.

- Establecer políticas que fomenten la incorporación del contenido generado por las personas usuarias en el desarrollo estratégico de la institución.
- Fomentar la creación de redes temáticas que sean generadoras de conocimiento permitiendo conocer sus opiniones e intereses.

6. Aumento de la visibilidad web.

- Aumentar la difusión de nuestras actividades (servicios, productos, eventos y resultados).
- Facilitar la localización de contenidos relevantes de manera sencilla y eficaz.
- Generar tráfico hacia los espacios web de la organización incrementando nuestros lectores, fidelizando nuevos usuarios y llegando más a la población.

Descargar pdf “**Uso de redes sociales en la Organización Panamericana de la Salud**

(http://www.paho.org/blogs/kmc/wp-content/uploads/2011/02/RedesSocialesOPS_v230211.pdf)”



(<http://www.facebook.com/opsomsu>)



(<http://www.linkedin.com/company/opsomsu>)



(<http://www.paho.org/>)

(<http://www.paho.org/>)

Ayuda y servicios

- Relaciones Comerciales con la OPS (https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=1489&Itemid=1234)
- Pasantías (https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=1489&Itemid=1234)
- Empleo (https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=1489&Itemid=1234)
- Sistema de Gestión de Integridad y los Conflictos (SGAIC) (https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=2001&Itemid=1743&lang=es)
- Política de Privacidad (https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=2410&lang=es)

Recursos

- PALTEX (<https://www.paho.org/paltext>)
- Centros de Colaboración (<https://www.paho.org/collaboratingcenters>)
- Boletines (<http://bvs.salud.org/es/>)
- Portal de Evidencias (<http://www.paho.org/>)
- Presidencia de la República (<http://www.presidencia.gub.uy/>)
- SciELO (http://www.scielo.org/php/index.php?option=com_content&view=article&id=2001&Itemid=1743&lang=es)
- Biblioteca Virtual en Salud (<http://ops-article.bvs2018.org/>)

Conéctate con OPS

- OPS en vivo (<https://www.paho.org/paholive>)
- RSS Feed (https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=1489&Itemid=1234)
- Facebook (<https://www.facebook.com/opsomsu>)
- Twitter (<https://twitter.com/opsomsu>)
- LinkedIn (<http://www.linkedin.com/company/opsomsu>)
- YouTube (<http://www.youtube.com/palhealth>)
- Vimeo (<http://vimeo.com/paho>)

- Contactos
 - Ministerio de Salud
(https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=9363&Itemid=40179&lang=es)
 - MERCOSUR
(<http://www.mercosur.org.uy/>)

Avda. Brasil 2697, Aptos. 5, 6 y 8, 2do. Piso - cp: 11300, Montevideo Uruguay.

Casilla de Correo 1821 Montevideo Uruguay

Tel: (+598) 2707-3590; Fax: (+598) 2707-3530

Info: urypwr@paho.org (mailto:urypwr@paho.org) - Web: urywebinfo@paho.org (mailto:urywebinfo@paho.org)