

ISBN: 978-84-09-48183-5

27 - 28 DE ABRIL DE 2023

CENTRO PSICOLÓGICO
REFORMA MAGÍSTICA
RED CONGRESOS MUNDIALES
CRISIS PERIODISTA
CONTINGENCIA ANIMACIÓN
INDIVIDUACIÓN TARDÍA
EDUCACIÓN SUAR MIEDO
FORMACIÓN BARRIA SALUD
HUMANIDADES UCM

II CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y SALUD

LIBRO DE ACTAS



Clcys

II CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y SALUD



TAC
Teorías y Análisis de la Comunicación



Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento incluidos la reprografía y el tratamiento informático para su uso comercial.

CiCyS no se hace responsable de las opiniones vertidas en este texto, siendo de la exclusiva responsabilidad de quien las emite.

Titulares:

Ubaldo Cuesta. Universidad Complutense de Madrid. España

Almudena Barrientos-Báez. Universidad Complutense de Madrid. España

Libro de Actas del Congreso CiCyS 2023

© 2023 Almudena Barrientos-Báez

Universidad Complutense de Madrid

España

(Editora) almbarri@ucm.es

Portada: Sara Mulla y Bisola Park

ISBN: **978-84-09-48183-5**

Depósito legal: No necesario para ediciones digitales abiertas

COLABORADORES

CÁTEDRA EXTRAORDINARIA DE COMUNICACIÓN Y SALUD UCM-ABBVIE



DEPARTAMENTO DE TEORÍAS Y ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN (UCM)



REVISTA DE COMUNICACIÓN y SALUD (RCyS)



METHAODOS. REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES



MADRID SALUD. AYUNTAMIENTO DE MADRID



REAL COLEGIO COMPLUTENSE EN HARVARD UNIVERSITY



ESCUELA UNIVERSITARIA DE ENFERMERÍA CRUZ ROJA (UAM)



UNIVERSIDADE DE VIGO. Facultad de Ciencias Sociais e da Comunicación

Universidade de Vigo

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS. Facultad de Ciencias de la Comunicación



UNIVERSIDAD CARLOS III. Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación



UNIVERSIDAD VILLANUEVA



INKA MARKETING ESTRATÉGICO



COMSALUD COMUNICACIÓN



LABORATORIO DE NEUROCOMUNICACIÓN UCM NeurolabCenter.com



PHARMA MARKET



MÁSTER DE CREATIVIDAD Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA UCM



CÁTEDRA DE JUEGO RESPONSABLE Y SU COMUNICACIÓN UCM-ONCE



Cátedra de
Juego Responsable y su
Comunicación UCM-ONCE

EDITORIAL FRAGUA



COMITÉS

Comité Organizador

Presidente:

Joaquín Goyache. Rector de la Universidad Complutense de Madrid

Dirección del Congreso:

Ubaldo Cuesta. Universidad Complutense de Madrid

Almudena Barrientos-Báez. Universidad Complutense de Madrid

Secretaría Técnica:

Victoria Cuesta Díaz. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM. Madrid

Contacto: cicys@ucm.es; albarri@ucm.es

Comité Científico Nacional

Alba-María Martínez-Sala. Universidad de Alicante

Almudena Barrientos-Báez. Universidad Complutense de Madrid

Andrea Langbecker. Universidad Carlos III de Madrid

Antonio Baraybar Fernández. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid

Beatriz Maroto. Universidad Europea de Madrid

Carmen Caffarel. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid

Carmen Peñafiel. Universidad del País Vasco

Daniel Catalán Matamoros. Universidad Carlos III. Madrid

David Caldevilla-Domínguez. Universidad Complutense de Madrid

Eloy López Meneses. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla

Giorgio de Marchis. Universidad Complutense de Madrid

Guillermo Mejías. Universidad Complutense de Madrid

Iván Puentes. Universidade de Vigo

Javier Marzal. Universidad Jaume I. Castellón

José Gómez Galán. Universidad de Extremadura

José Ignacio Niño. Universidad Complutense de Madrid

José Luis Terrón Blanco. Universidad Autónoma de Barcelona

Juan Carlos López. Universidad Complutense de Madrid

Juan Enrique González Vallés. Universidad Complutense de Madrid

Juan Manuel Corbacho Valencia. Universidade de Vigo

Luis Felipe Solano. Universidad Complutense de Madrid

Luis M. Romero-Rodríguez. Universidad Rey Juan Carlos

Luz Martínez-Martínez. Universidad Complutense de Madrid

Lluís Codina. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona
Manuel Blanco Pérez. Universidad de Sevilla
María Jesús Pascual Segovia. Madrid Salud. Ayuntamiento de Madrid
Miguel Ángel Carretero Díaz. Universidad Complutense de Madrid
Miguel Ángel Martín Cárdbaba. Universidad Villanueva. Madrid
Miguel Túñez. Universidade de Santiago de Compostela
Nacho Sacaluga. Universidad Europea de Madrid
Paloma Piqueiras-Conlledo. Universidad Complutense de Madrid
Patricia Gascón-Vera. Universidad de Zaragoza
Patricia Núñez. Universidad Complutense de Madrid
Santiago Tejedor. Universidad Autónoma de Barcelona
Sergio Álvarez Sánchez. Universidad Complutense de Madrid
Vicenta Gisbert Caudeli. Universidad Autónoma de Madrid
Victoria Cuesta Díaz. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM. Madrid
Victoria Tur Viñes. Universidad de Alicante
Xosé Rúas. Universidade de Vigo

Comité Científico Internacional

Daniel Sánchez-Mata. Real Colegio Complutense at Harvard University (Reino Unido)
Edilson Bustamante Ospina. Universidad de Antioquía (Colombia)
Felipe Chibás. Universidad de São Paulo (Brasil)
João Vidal Carvalho. Polytechnic of Porto (Portugal)
Kris Buyse. Ku Leuven (Bélgica)
Pedro García Guirao. University of Ostrava (Eslovaquia)
Rodrigo Cetina. Real Colegio Complutense at Harvard University (Reino Unido)

ÍNDICE

Uso de las TIC en la Salud	1
INSTAGRAM COMO RED SOCIAL PARA COMUNICAR EN SANIDAD: COMPARATIVA DE LOS MINISTERIOS DE SANIDAD DE ESPAÑA Y FINLANDIA	1
Sima González Grimón. Universidad Fernando Pessoa Canarias, España	
Diego Brito Lorenzo. Universidad Fernando Pessoa Canarias, España	
EL PODER DE LAS IMÁGENES MEDIÁTICAS DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 COMO CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL	2
Lázaro Echegaray-Eizaguirre. CámaraBilbao University Business School, España	
Carmen Peñafiel-Saiz. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, España	
NEUROCOMUNICACIÓN: SU PAPEL EN LA COMUNICACIÓN MEDIADA POR LAS TIC Y SUS IMPLICACIONES FUTURAS EN EL CONTEXTO SANITARIO	3
Almudena Barrientos-Báez. Universidad Complutense de Madrid, España	
David Caldevilla-Domínguez. Universidad Complutense de Madrid, España	
ANÁLISIS DE LAS NOTIFICACIONES PUSH DE DIEZ APLICACIONES MÓVILES PERIODÍSTICAS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19	4
Juan Pablo Mateos Abarca. Universidad Complutense de Madrid, España	
Fernando Martínez Vallvey. Universidad Pontificia de Salamanca, España	
Juan Manuel Barceló-Sánchez. Universidad Complutense de Madrid, España	
LA SIMULACIÓN CLÍNICA COMO ENTRENAMIENTO DE HABILIDADES EN EQUIPOS DE SALUD DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN CHILE	5
Roxana Silva Silva. Instituto de Salud Pública de la Universidad Andrés Bello, Chile	
BUSCANDO LA AUTOEFICACIA EN LOS ENTRENAMIENTOS CON IMV	6
Soledad Herrador Sánchez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Tatiana Vázquez Rodríguez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
María Aránzazu Fernández Benítez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Myriam González Barea. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Ricardo García Martínez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
María del Carmen Cardós Alonso. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, Universidad Complutense de Madrid, España	
EVALUANDO LA FATIGA DERIVADA DEL USO DE REALIDAD VIRTUAL Y MIXTA EN LOS ENTRENAMIENTOS DE INCIDENTES DE MÚLTIPLES VÍCTIMAS (IMV)	7
Paula Sanchiz Torres. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Ana María Cintora Sanz. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
María Redondo Lozano. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Alberto Blanco Lara. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
María del Carmen Cardós Alonso. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, Universidad Complutense de Madrid, España	
EFFECTO DE UN PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ASINCRÓNICO EN EL TIEMPO Y PERMANENCIA DE LA PRÁCTICA DE EJERCICIO DE UNA COMUNIDAD UNIVERSITARIA	8

María del Pilar Salgado-Núñez. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México

Rubén Célis-Rivera. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México

Rosa María Cruz-Castruíta. Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Alejandro Sergio Pliego-Rayas. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México

FUENTES DIGITALES Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN SOBRE PROBLEMAS DE SALUD MENTAL EN MÉXICO 9

Tomás López Ramírez. Universidad Autónoma de Aguascalientes, México

COMUNICAÇÃO DIGITAL NA LITERACIA EM SAÚDE..... 10

Anabela Félix-Mateus. CEPESE - UPorto, Portugal

Lourenço Dias da Silva. Corporate Business School (CBS), Moçambique

METAVERSO Y SALUD: APLICACIONES, DESAFÍOS Y LÍNEAS DE FUTURO 11

Juan Enrique González Vallés. Universidad Complutense de Madrid, España

Guillermo Mejías Martínez. Universidad Complutense de Madrid, España

Carolina Bengochea González. Universidad Complutense de Madrid, España

LA REALIDAD VIRTUAL EN EL ÁMBITO DE LA SALUD 12

Ubaldo Cuesta. Universidad Complutense de Madrid, España

Luis Felipe Solano Santos. Universidad Complutense de Madrid, España

José Ignacio Niño González. Universidad Complutense de Madrid, España

COMPROBACIÓN DE VALIDEZ DE INSTRUMENTOS: CORRELACIÓN DE PEARSON 13

Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú

Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú

Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú

Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú

Educación para la Salud y prevención 14

BÚSQUEDA Y ESCANEADO DE INFORMACIÓN PRÁCTICA, DE BENEFICIOS Y PERJUICIOS SOBRE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE ENTRE ADULTOS EN CHILE..... 14

Macarena Peña y Lillo. Universidad Diego Portales, Chile

LAS SERIES DE FICCIÓN COMO HERRAMIENTA INCLUSIVA DE EDUCACIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA (TEA) 15

Víctor Manuel Barberá. Universidad Rey Juan Carlos, España

Alma Llerena Fernández. Universidad Rey Juan Carlos, España

EDUCACIÓN NUTRICIONAL Y REDES SOCIALES. CRITERIOS EN ADOLESCENTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR PARA LA SELECCIÓN DE INFORMACIÓN ALIMENTARIA 16

Dulce Olivia Dávila Piñón. Universidad Autónoma de Zacatecas, México

Josefina Rodríguez González. Universidad Autónoma de Zacatecas, México

Rosalinda Gutiérrez Hernández. Universidad Autónoma de Zacatecas, México

AVANCES Y CONTROVERSIAS DE LA ACREDITACIÓN EN EL PERÚ 17

Emma Emilia Pérez Palacios. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

[Herminia Tatiana Rettis Salazar](#). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

LA PROMOCIÓN DEL BIENESTAR EMOCIONAL PERINATAL EN GESTACIONES DE ALTO RIESGO A TRAVÉS DE LA CONTINUIDAD ASISTENCIAL 18

[Míriam Morláns Lanau](#). Hospital Universitario Infanta Leonor, Universidad Complutense de Madrid, España

USE OF CLINICAL IMAGING IN OCCUPATIONAL TOXICOLOGY DURING TEACHING TO RAISE AWARENESS IN THE APPLICATION OF HIGH TOXICITY BIOCIDES BY APPLICATORS..... 19

[Borja Garrido Arias](#). Universidad Miguel Hernández, España

DISEÑO CORRELACIONAL: RECURSO HUMANO PROFESIONAL SEGÚN SOBRECARGA LABORAL 20

[Hernán Óscar Cortez Gutiérrez](#). Universidad Nacional del Callao, Perú

[Mercedes Lulilea Ferrer Mejía](#). Universidad Nacional del Callao, Perú

[Ana María Yamunaque](#). Universidad Nacional del Callao, Perú

[Braulio Pedro Espinoza Flores](#). Universidad Nacional del Callao, Perú

[Cesar Ángel Durand Gonzales](#). Universidad Nacional del Callao, Perú

[Vanessa Mancha Álvarez](#). Universidad Nacional del Callao, Perú

ENTIDADES DE PACIENTES, A PESAR DE SU ESTRUCTURA DÉBIL, ALCANZAN PROYECTOS ROBUSTOS Y DE GRAN IMPACTO SOCIAL..... 21

[Pedro García Recover](#). Universidad Nacional a Distancia, España

[Carmen Gómez Navarro](#). Universidad de Murcia, España

PROYECTO DE ENFERMERÍA EN INTERVENCIÓN EDUCATIVA NUTRICIONAL EN ESCOLARES 22

[Inés Bajaña Mendieta](#). Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador

[Cecilia Díaz Olmedo](#). Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador

Fake news, bulos sanitarios y antivacunas 23

USO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES SOBRE LAS VACUNAS COVID-19: UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE BRASIL Y ESPAÑA..... 23

[Andrea Langbecker](#). Universidad Carlos III, España

[Daniel Catalán Matamoros](#). Universidad Carlos III, España

Comunicación de crisis sanitaria 24

SELECCIÓN SOBRE EL MECANISMO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN: COVID-19 EN CHINA 24

[Ana Cristina del Paso Gallego](#). Universidad Complutense de Madrid, España

[Adrián Núñez Ortiz](#). Universidad Autónoma de Barcelona, España

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS: LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS 25

[Marto Egido-Piqueras](#). Centro de Estudios Universitarios CEDEU, España

LOS INFORMATIVOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA DURANTE LOS PERIODOS DE TRANSFORMACIÓN DE LA CURVA DE CONTAGIO..... 26

[Isaac Maroto González](#). Universidade Santiago de Compostela, España

[Talia Rodríguez Martelo](#). Universidad de Vigo, España

César Fiéiras Ceide. Universidade Santiago de Compostela, España

COMUNICACIÓN SANITARIA EN REDES SOCIALES: EL MINISTERIO DE SALUD CHILENO CONTRA LA VIRUELA SÍMICA..... 27

Claudia Montero Liberona. Pontificia Universidad Católica, Chile

Javier Abuín Penas. Universidade de Vigo, España

TENDENCIA DEL 2020 AL 2021 DE LA SALUD MENTAL EN MUJERES DURANTE LA CONTINGENCIA COVID-19 28

Carolina Armenta-Hurtarte. Universidad Iberoamericana, México

LA COMUNICACIÓN DE LA CRISIS DEL ÓMICRON EN EL ÚLTIMO AÑO DE BOLSONARO EN BRASIL 29

Rafael Barberá. ESIC University, España

MEDIOS DIGITALES Y LA INFORMACIÓN: COVID-19, ECUADOR 30

Eliza Bayas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Álvaro Jiménez. Universidad de Valladolid, España

Mariela Gómez. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Nuevas tendencias en comunicación y Salud..... 31

INNOVACIÓN EDUCATIVA COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN CUIDADOS PALIATIVOS: RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN PILOTO 31

Ana Paula Salas Moreira. ATLANTES Global Observatory of Palliative Care, ICS, UNAV, España

Beatriz Gómez Baceiredo. UNAV, España

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN SALUD CON IMPACTO EN LAS REDES SOCIALES 32

Analía Coronel. Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner. Buenos Aires, Argentina

INFLUENCIA DE INSTAGRAM EN EL CONOCIMIENTO Y CONFIANZA DE LAS MUJERES SOBRE LA VERSIÓN CEFÁLICA EXTERNA 33

Carlos S. Piñel Pérez. Hospital Quirónsalud San José. Universidad Europea. Madrid, España

María José Gómez-Roso Jareño. Hospital Quirónsalud San José. Universidad Europea. Madrid, España

TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA MEJORA DE LA AUTOGESTIÓN DE LA SALUD: DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL 34

Lorena López Font. Universidad Jaume I de Castellón, España

Mónica Deza Pulido. Universidad Jaume I de Castellón, España

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL ENTORNO DE LA SILVER ECONOMY PARA LA MEJORA DE LAS DISCAPACIDADES FRUTO DEL ENVEJECIMIENTO 35

Eva Muñoz Paniagua. Universidad Complutense de Madrid, España

DEBATE CIENTÍFICO-SOCIAL SOBRE LA FINANCIACIÓN DE SYSADOA EN OSTEOARTRITIS 36

Pedro Alfonso Domínguez-Vera. Universidad de Sevilla, España

DIVULGACIÓN ESPECIALIZADA DE INFORMACIÓN MÉDICA EN COMUNIDADES DE REDES SOCIALES. EL CASO DE #SOME4SURGERY 37

Sara A. Pedraz. Universidad Complutense de Madrid, España

Periodismo especializado en Salud..... 38

LA UTILIZACIÓN DEL PODCAST EN LOS CIBERMEDIOS ESPAÑOLES ESPECIALIZADOS EN SALUD	38
<i>David Parra Valcarce. Universidad Complutense de Madrid, España</i>	
<i>María Rosario Onieva Mallero. Universidad Complutense de Madrid, España</i>	
PERIODISMO EN SALUD: LA MEDIACIÓN ENTRE EL DISCURSO MÉDICO Y LA COMUNIDAD	39
<i>Patricia Lorena Zarratea. Hospital de Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner. Buenos Aires, Argentina</i>	
COMUNICACIÓN EN SALUD: OSTEOARTRITIS Y LOS MEDIOS GENERALISTAS EN ESPAÑA	40
<i>Pedro Alfonso Domínguez-Vera. Universidad de Sevilla, España</i>	
EVOLUCIÓN DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL AUTISMO EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA	41
<i>Eva Matarín Rodríguez-Peral. Universidad Rey Juan Carlos, España</i>	
<i>Tomás Gómez Franco. Universidad Francisco de Vitoria, España</i>	
<i>María Julieta Hough. Universidad Rey Juan Carlos, España</i>	
Adicciones y adicciones comportamentales	42
EL DISCURSO DEL CANNABIS EN INTERNET Y SU INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DEL RIESGO EN LOS JÓVENES	42
<i>Paloma Piqueiras-Conlledo. Universidad Complutense de Madrid, España</i>	
<i>Luz Martínez-Martínez. Universidad Complutense de Madrid, España</i>	
<i>Victoria Cuesta Díaz. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España</i>	
PHUBBING Y MALESTAR PSICOLÓGICO RELACIÓN ENTRE LA ADICCIÓN A LOS TELÉFONOS MÓVILES Y LA PRESENCIA DE SOMATIZACIÓN, ANSIEDAD Y DEPRESIÓN EN JÓVENES UNIVERSITARIOS	43
<i>Elena Sorribes. Universitat de Barcelona, España</i>	
<i>Vicente Villalba Palacín. Universitat de Barcelona, España</i>	
TEORÍA DE LA VIRALIZACIÓN EN REDES SOCIALES Y ESCUCHA SOCIAL CONTRA LAS NOTICIAS FALSAS SOBRE DROGAS	44
<i>Déborah Fernández Muñoz. Wunderman Thompson, España</i>	
Comunicación institucional, comercial y relaciones públicas en Salud	45
COMUNICACIÓN PARA PREVENIR EL CÁNCER DE PIEL: UN ANÁLISIS DEL USO ESTRATÉGICO DE LA RED SOCIAL TWITTER EN ESPAÑA	45
<i>Lara Jiménez-Sánchez. Universidad Rey Juan Carlos, España</i>	
<i>Ángeles Moreno. Universidad Rey Juan Carlos, España</i>	
Neuromarketing y su relación transversal con la Salud	46
MEJORA DE LA CALIDAD DOCENTE EN PROFESORES DE ENFERMERÍA MEDIANTE TÉCNICAS DE EYE-TRACKING	46
<i>Victoria Cuesta Díaz. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España</i>	
<i>Leticia López Pedraza. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España</i>	
<i>Marion Roberts Martínez. Universidad Complutense de Madrid, España</i>	
<i>Víctor Fernández Alonso. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España</i>	

Leyre Rodríguez Leal. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España
Carmen Karbasi Santos. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España
Raquel González Hervías. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España
Marina Gómez de Quero. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España
Raúl Merchán Arjona. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

PERCEPCIÓN DE CANNABIS EN JÓVENES..... 47

Blanca Carballeda Velázquez. Universidad Complutense de Madrid, España
Juan Carlos López Quintero. Universidad Complutense de Madrid, España
Pablo Martín Antoranz. Universidad Complutense de Madrid, España

EFFECTIVIDAD PUBLICITARIA: ANÁLISIS DEL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CON ANIMALES EN LA CONEXIÓN EMOCIONAL ENTRE EL CONSUMIDOR Y LAS MARCAS, Y SU INFLUENCIA EN LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN 48

Saskia Van Liempt Serré. Universidad Europea de Madrid, España

Comunicación interpersonal y Salud 49

INTERACCIONES NO DESEADAS EN REDES SOCIALES: APROXIMACIÓN EXPLORATORIA A FORMATOS EMERGENTES DE VIOLENCIAS MACHISTAS EN ESPAÑA 49

Soraya Calvo González. Universidad de Oviedo, España

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y GRUPAL EN PATOLOGÍAS RARAS Y SU IMPACTO EN LA SALUD 50

María Ramona Palacín Lois. Universidad de Barcelona, España
Mónica Martín-Pozuelo Martín. Universidad de Barcelona, España
Rita Sorogastúa. Universidad de Barcelona, España
Claudia Guasch Capella. Universidad de Barcelona, España
Khem Soria Parera. Universidad de Barcelona, España

CÓMO MEJORAR NUESTRAS HABILIDADES COMUNICACIONALES EN SALUD..... 51

Analía Coronel. Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner. Buenos Aires, Argentina

PACIENTES QUE CUENTAN HISTORIAS: OBSERVANDO EL CÁNCER DESDE LA PERSPECTIVA DEL ANÁLISIS BASADO EN CORPUS 52

Jennifer Moreno. Universidad de Zaragoza, España

ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y COMPETENCIAS RELACIONADAS CON HABILIDADES DE COMUNICACIÓN EN LOS POSTGRADOS DE ENFERMERÍA DE URGENCIAS Y EMERGENCIAS VIGENTES EN ESPAÑA 53

Patricia Marín-Maicas. Universidad Internacional de Valencia, España
Paula Martínez. Universidad Internacional de Valencia, España
Encarna Rama. Universidad Internacional de Valencia, España
Ana Cristina Cabellos-García. Universidad Internacional de Valencia, España
Beatriz Atienza. Universidad Internacional de Valencia, España
Aranzazu Duque. Universidad Internacional de Valencia, España

LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL ANTE LA OBESIDAD: LOS MENSAJES DEL SECTOR

SALUD A TRAVÉS DE INFOGRAFÍAS.....	54
Paola Eunice Rivera-Salas . Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México	
SATISFACCIÓN DEL PACIENTE: COMPRENDIDO EN PRIMERA PERSONA.....	55
Melisa Borturo . Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner. Argentina	
EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN SALUD: LOS EFECTOS DE LA PERCEPCIÓN DE APOYO DE LA ORGANIZACIÓN Y EL ROL DE LA COMUNICACIÓN DE LA SEGURIDAD PSICOLÓGICA.....	56
Sergio López . Universidad de Santiago de Chile, Chile	
Felipe Muñoz Medina . Universidad de Santiago de Chile, Chile	
Hugo Zúñiga . Universidad de Santiago de Chile, Chile	
DRAGS MADRINAS. PROYECTO AGENTES DE CAMBIO	57
David Palma . Consorcio de Investigación Biomédica en Red en Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), Servei d'Epidemiologia, Agència de Salut Pública de Barcelona (ASPB), Maastricht University, Países Bajos	
HEARTHFULNESS INTERPERSONAL: COMUNICACIÓN TRANSPERSONAL Y SALUD	58
José Jesús Vargas . Universidad Europea de Madrid, España	
Ignacio Sacaluga . Universidad Europea de Madrid, España	
EL SUICIDIO: NEUROCOMUNICACIÓN Y ADOLESCENTES	59
Laura Chacón . Universidad Complutense de Madrid, España	
MISCOMMUNICATION IMPAIRED FOLLOWING AN INVISIBLE ABI AFTER MANY YEARS OF A TBI	60
Laura Torres-Caro . Universidad de Málaga, España	
ACTUALIZACIÓN DE LA TARJETA DE TRIAJE DE UN SERVICIO DE EMERGENCIAS EN INCIDENTE DE MÚLTIPLES VICTIMAS NRBQ	61
Ana María Cintora . Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Eduardo González Sánchez . Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Javier Álvarez Bernardos . Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Emiliana Rodríguez Franco . Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
Paloma García Martín . Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España	
COMUNICACIÓN y SALUD: TEORÍA y PRÁCTICA INVESTIGATIVA.....	62
Mónica Petracci . Universidad de Buenos Aires, Argentina	
COMUNICACIÓN y SALUD: TEORÍA y PRÁCTICA INVESTIGATIVA.....	63
Saúl Ernesto Serrano . Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia	
Luz Stella Rueda Prada . Instituto Teológico Pastoral Benedicto XVI, Colombia	
Diego Fernando Silva Prada . Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia	
Nancy Johanna Martínez Rodríguez . Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia	
Óscar Javier Zambrano Valdivieso . Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia	
Patricia Gutiérrez Ojeda . Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia	
INTERVENCIÓN POSITIVA DESDE FARMACIA COMUNITARIA RURAL EN EL TRATAMIENTO DE	

ANSIEDAD EN ADULTOS MAYORES DE 65 AÑOS	64
María Esther Cortés Fernández. Universidad de Granada, España	
REGRESIÓN LOGÍSTICA: COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS CORRELACIONALES	65
Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú	
César Miguel Guevara Llazca. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Juego, juego responsable y juego problemático	66
IMPACTO DE LOS CREADORES DE CONTENIDO EN LA PERCEPCIÓN DE SU AUDIENCIA ANTE LOS JUEGOS DE AZAR: ANÁLISIS DE LOS EFECTOS EN COMUNIDADES EN DIRECTO	66
Sergio Gutiérrez-Manjón. Universidad Complutense de Madrid, España	
Bruno Castillejo-De Hoces. Universidad Complutense de Madrid, España	
ESTUDIO DE LA INCIDENCIA DEL REAL DECRETO 958/2020, DE COMUNICACIÓN COMERCIALES DE LAS ACTIVIDADES DEL JUEGO DESDE LOS PUNTOS DE VISTA SOCIOECONÓMICO Y LA PUBLICIDAD DE CASAS DE APUESTAS <i>ONLINE</i>.....	67
Julia Fontenla Pedreira. Universidade de Vigo, España	
Jesús Pérez-Seoane. Universidade de Vigo, España	
Juan-Manuel Corbacho-Valencia. Universidade de Vigo, España	
Comunicación y Salud en la infancia.....	68
INTERVENCIONES ARTÍSTICAS PARA LA HUMANIZACIÓN DEL HOSPITAL INFANTIL UNIVERSITARIO NIÑO JESÚS DE MADRID	68
Carlos Treviño Avellaneda. Universidad Complutense de Madrid, España	
EL ACCESO A LA SALUD ES COSA DE NIÑAS Y NIÑOS	69
Ariel Aragües. Ministerio de Salud, Argentina	
Federico Gutiérrez. Ministerio de Salud, Argentina	
EDUCACIÓN MUSICAL PARA LA GESTIÓN EMOCIONAL EN EL AULA.....	70
Vicenta Gisbert Caudeli. Universidad Autónoma de Madrid, España	
CASOS Y CONTROLES EMPAREJADOS: COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS CORRELACIONALES	71
Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú	
Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú	
César Miguel Guevara Llazca. Universidad Nacional del Callao, Perú	
LAS NOTICIAS SOBRE AUTOLESIONES DE MENORES Y GESTIÓN EMOCIONAL EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN	72
José Gabriel Fernández Fernández. Universidad Rey Juan Carlos, España	
Esther Martínez Pastor. Universidad Rey Juan Carlos, España	
Fundamentos teóricos de la comunicación y Salud	73

COMUNICACIÓN EN SALUD SOBRE COVID-19 EN IBEROAMÉRICA: UN ESTUDIO DE REVISIÓN 73

[Julio C. Águila Sánchez](#). Universidad Alicante, España

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y ESTRÉS: ¿ESTÁN SIENDO TRANSFORMADOS NUESTROS PROCESOS COGNITIVOS? 74

[Francisco-Javier Saavedra-Macías](#). Universidad de Sevilla, España

[Lara Murvartian](#). Universidad de Sevilla, España

Uso de las TIC en la Salud

INSTAGRAM COMO RED SOCIAL PARA COMUNICAR EN SANIDAD: COMPARATIVA DE LOS MINISTERIOS DE SANIDAD DE ESPAÑA Y FINLANDIA

Sima González Grimón. Universidad Fernando Pessoa Canarias, España
Diego Brito Lorenzo. Universidad Fernando Pessoa Canarias, España

Las redes sociales constituyen un canal relevante y eficaz para hacer llegar información al ciudadano, que durante la gestión de la pandemia del coronavirus constituyeron un canal directo con la sociedad. Diversos autores han indagado en la gestión de las redes durante los meses de la pandemia de la covid-19, ya sea a través de una comparación con la gestión del ébola, el consumo informativo en redes en España o las estrategias de verificación e intermediación informativa. Además, tomando como referencia la red social Instagram existen diversos investigadores que estudian diferentes puntos de vista como, por ejemplo, la pandemia de la covid-19, desde la comunicación de farmacéuticos españoles o la comunicación institucional de las agencias públicas de salud.

El objetivo general de esta investigación es analizar la red social Instagram del Ministerio de Sanidad en España y Ministerio de Asuntos Sociales y Salud finés. Se establece como subjetivo comprobar si las agendas políticas en materia de sanidad coinciden entre ambas cuentas. El objeto de estudio analiza las publicaciones realizadas durante los últimos cuatro meses del año 2022 en las cuentas @sanidadgob y @stm_shm., con el objetivo de indagar en las temáticas post covid-19 y la agenda mediática en sanidad del curso político, que comienza en España en septiembre y en Finlandia en agosto. España y Finlandia son países con poblaciones muy diferentes, ya que España tiene 47.615.034 habitantes (INE, 2022) y Finlandia 5,559,198 (Stat.fi, 2022). Esto se ve reflejado en el número de seguidores de ambas cuentas en Instagram, ya que @sanidadgob tiene 422.000 seguidores (0,89% del total de población), mientras que @stm_shm dispone de 5.102 seguidores (0,09 % del total de la población).

La cuenta del Ministerio de Sanidad español realiza un total de 87 publicaciones en los meses de estudio, mientras que el Ministerio de Asuntos Sociales y Salud finés realiza 19 publicaciones. Se aprecian diferencias en los formatos utilizados, en los protagonistas de las publicaciones, el tipo de contenido y la temática del mismo. Desde @sanidadgob la Ministra de Sanidad, Carolina Darias, aparece en más de un 50% de las publicaciones, mientras que en la cuenta @stm_shm donde la Ministra de Asuntos Sociales y Sanidad, Hanna Sarkkinen lo hace en un 5,26% del total de publicaciones.

Palabras clave: Instagram, redes sociales, sanidad, Finlandia, España.

EL PODER DE LAS IMÁGENES MEDIÁTICAS DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 COMO CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL

Lázaro Echegaray-Eizaguirre. CámaraBilbao University Business School, España
Carmen Peñafiel-Saiz. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, España

Este estudio abre nuevas vías de investigación para profundizar en la investigación de contenido visual, especialmente durante la crisis sanitaria motivada por la pandemia de la covid-19 y su etapa de vacunación. La imagen visual constituye una herramienta de comunicación eficiente e idónea para transmitir a la población todo tipo de información esencial y pretender que los mensajes influyan en el comportamiento de las personas (aumentan la atención o el recuerdo de la información sanitaria, así como la comprensión). La muestra de análisis se ha basado en manchetras de medios digitales pertenecientes a distintos grupos de comunicación: ABC, Deia, EITB, El Correo, ElDiario.es, El Mundo, La Razón, La Vanguardia, Naiz y Público. Aunque, contábamos con El País como medio a analizar, las imágenes de este diario no pudieron ser descargadas porque el medio no permite el acceso automatizado a las mismas. El número de artículos disponibles para esta investigación es de 25.903 y en total, hemos tenido acceso a 19.583 imágenes publicadas en los artículos, que se han quedado en 15.654 imágenes únicas (retirando las duplicadas) y sobre las que hemos procedido a identificar una cantidad de 15 clústeres con técnicas de Inteligencia Artificial, entre las que consta el algoritmo Inception V3, una red neuronal capaz de vectorizar imágenes y que permite analizar grandes volúmenes de ellas.

Esta investigación analiza la mediación de los medios y su relación con la cultura visual en la que surge la necesidad de la alfabetización visual. Hoy, un mundo sin cultura visual es inimaginable (Peñafiel y Echegaray, 2020). De hecho, el siglo XXI se caracteriza por la influencia que tiene la cultura visual de ayudarnos a construir nuestra realidad social.

Los resultados a destacar son, la identificación de distintas tipologías de imágenes utilizadas por los medios: imágenes de orientación médica y sanitaria, representaciones de la muerte y del drama humano causado por la pandemia, imágenes vinculadas a la dimensión más política y económica de la campaña de vacunación, ilustraciones e infografías, imágenes de protestas y actos multitudinarios en plena pandemia, primeros planos de personas con una visión singular sobre el proceso de vacunación, etcétera. Así mismo, se han identificado los usos de estas tipologías de imágenes por parte de los medios analizados.

Se concluye subrayando que la cultura visual entronca fácilmente con la teoría de la imagen, o con la ciencia de la imagen, sin olvidar el papel que desempeña la sociedad de redes, donde proliferan las imágenes, se reproducen y cumplen con su cometido respecto a la construcción de la realidad social en tiempos de crisis sanitarias y pandemias como la covid-19.

Palabras clave: covid-19, coronavirus, pandemia, vacunación, cultura visual.

NEUROCOMUNICACIÓN: SU PAPEL EN LA COMUNICACIÓN MEDIADA POR LAS TIC Y SUS IMPLICACIONES FUTURAS EN EL CONTEXTO SANITARIO

Almudena Barrientos-Báez. Universidad Complutense de Madrid, España
David Caldevilla-Domínguez. Universidad Complutense de Madrid, España

El presente texto nace en el marco de un proyecto CONCILIUM (931.791) de la Universidad Complutense de Madrid, "Validación de modelos de comunicación, neurocomunicación, empresa, redes sociales y género".

La pandemia de la covid-19 ha provocado un salto adelante en la comunicación humana a base de acelerar forzosamente la digitalización de múltiples sectores de la sociedad. La comunicación mediada por las redes sociales ha demostrado durante este tiempo ser capaz de influir positiva o negativamente en la salud colectiva, al publicarse de manera descontrolada informaciones muchas veces no contrastadas.

El éxito de esta comunicación se explica por factores diversos y conocidos: la inmediatez del mensaje, su simplicidad, el efecto *Dunning Kruger*, la predisposición al sesgo de confirmación, la infoxicación y el efecto cámara de resonancia que las redes sociales provocan al crear burbujas de creencias afines. Todos estos condicionantes han llevado al agravamiento y politización de problemas que deberían haber contado con una solución que no se encontró. Quizá, la injerencia de intereses espurios e individuos y grupos tóxicos han contaminado la comunicación la sociedad. Una injerencia que no sorprende por hallarse ya extendida a casi todos los campos de la comunicación que ha tocado la red: desde el *fandom* de las series de ficción y del deporte, hasta la comunicación política, social y médica.

El peligro de que existan, llamémosles *influencers* de la comunicación en salud viene dado por el carácter no empírico de sus comunicaciones, la naturaleza no comprobable de sus credenciales médicas si es que siquiera pretenden contar con unas, y naturalmente el riesgo de que la comunicación en salud caiga en el peligroso tópico público de que las informaciones son "opiniones" de valor equiparable tanto si vienen de expertos con años de estudio como de perfiles anónimos de Internet. Para paliar –que no prevenir- esta catástrofe, resulta capital entender la comunicación mediada por redes, los trazos neurocomunicativos que explican su éxito y alcance, y discernir los medios mediante los cuales la comunicación en salud legítima puede servirse de ellos para contrarrestar el impacto negativo de las mismas en la percepción pública de la sanidad y sus funciones.

Palabras clave: neurocomunicación, internet, salud, covid-19, antivacunas.

ANÁLISIS DE LAS NOTIFICACIONES *PUSH* DE DIEZ APLICACIONES MÓVILES PERIODÍSTICAS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19

Juan Pablo Mateos Abarca. Universidad Complutense de Madrid, España
Fernando Martínez Vallvey. Universidad Pontificia de Salamanca, España
Juan Manuel Barceló-Sánchez. Universidad Complutense de Madrid, España

Las notificaciones *Push* son un recurso de los medios de comunicación españoles en la actualidad. Su uso surge de las aplicaciones móviles que tienen las empresas informativas en Google Play y AppStore, los dos grandes *markets* de aplicaciones occidentales. Estas aplicaciones, de programación nativa, permiten el envío de titulares cortos a los usuarios de dispositivos móviles inteligentes y tabletas digitales sobre la pantalla del escritorio de su terminal móvil, si el usuario se ha descargado la aplicación del medio y ha dado consentimiento a la recepción de ellas.

En el caso de la pandemia del coronavirus, los medios de comunicación españoles utilizaron las notificaciones *Push*, en gran medida para informar a la población sobre consignas del Gobierno, noticias relacionadas con el virus e información sobre la salud y las posibles medidas de protección y prevención.

Este estudio analiza, durante un periodo de tiempo que abarca más de tres semanas en plena pandemia de la covid-19, las tipologías y temáticas de los titulares enviados relacionados con esta dramática situación, su momento de transmisión y la manera en la que las redacciones abordaron la información enviada a los lectores por este canal comunicativo de última generación. Los resultados muestran determinados sesgos de envío coincidentes en las diez aplicaciones analizadas y, a su vez, divergencias en los planteamientos editoriales de los diferentes medios. Debido a la escasez de estudios realizados sobre esta índole, se considera necesario observar los criterios utilizados para informar a los lectores por estos envíos que, a modo de teletipo (titular breve y preciso, con hiperenlaces y caracteres limitados), informan de manera instantánea a los lectores.

El análisis del criterio de envío de las notificaciones desde su origen, en una situación excepcional y dramática de pandemia mundial, tuvo en cuenta criterios sociales, editoriales, empresariales y políticos.

Para la obtención de datos se seleccionaron diez medios españoles, escogidos por difusión, enlaces, audiencia y *ranking* de posicionamiento en Internet, con aplicaciones móviles activas. El estudio del envío de estas notificaciones *Push*, durante un periodo delimitado en el tiempo, detecta desde patrones de similitud en los titulares, raramente concebibles, hasta la selección editorial de temáticas interpretadas desde un punto de vista comunicacional, pasando por la hora exacta de envío las notificaciones de cada medio, que en muchas ocasiones varía de un medio a otro solo unos segundos. Por ello, estas coincidencias y divergencias permiten un interesante objeto de estudio, que ofrece conclusiones relevantes y, a su vez, abre la vía a nuevas y potenciales líneas de investigación.

Palabras clave: covid-19, notificaciones *Push*, pandemia, aplicaciones móviles, medios de comunicación.

LA SIMULACIÓN CLÍNICA COMO ENTRENAMIENTO DE HABILIDADES EN EQUIPOS DE SALUD DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN CHILE

Roxana Silva Silva. Instituto de Salud Pública de la Universidad Andrés Bello, Chile

La simulación clínica es una herramienta que permite el desarrollo de competencias a través de la recreación de escenarios clínicos similares al real, para el entrenamiento de una técnica, procedimiento o adquisición de habilidades clínicas de forma segura mediante el uso de fantomas. En Chile, la gran parte de los centros de simulación son de dependencia Universitaria, destinados a la formación de alumnos de pregrado de las carreras de la salud.

En el año 2018, el Ministerio de Salud de Chile impulsó la creación de centros de simulación en algunos Servicios de Salud para el entrenamiento permanente de los equipos sanitarios. En este sentido, el caso que se presenta corresponde a la experiencia durante la pandemia del Coronavirus SARS-CoV-2 (covid-19) en Chile y el impacto de contar con centros públicos de simulación para el entrenamiento de los equipos de salud, teniendo presente la modificación de los protocolos y restricciones en la atención de los usuarios producto del contagio por micropartículas en suspensión del virus SARS-CoV-2 en el aire y a la incorporación de nuevos profesionales como refuerzo hospitalario durante la pandemia.

Considerando por una parte simulaciones de baja complejidad para procedimientos como Intubación Pediátrica y Adulta como también, simulaciones de alta fidelidad para Soporte Vital Avanzado, donde es necesario el uso de salas espejo, softwares que permitan la grabación de la simulación, la creación de escenarios médicos complejos, el manejo en tiempo real de simulador de paciente completo como es el caso de los fantomas interactivos realísticos de alta tecnología y ajustes de constantes vitales en la monitorización de pacientes a través de un dispositivo SimPad, Table o Smartphone. El uso de fantomas y nuevas tecnologías en la recreación de escenarios clínicos constituye una herramienta fundamental para la adquisición de habilidades clínicas de los equipos de forma coordinada, colaborativa y unificada, resguardando la seguridad tanto para el paciente como de los que trabajan en los establecimientos públicos de salud. Con todo ello, el entrenamiento y actualización de los conocimientos del equipo hospitalario a través de diferentes escenarios de simulación, permite disminuir los errores en la comunicación y coordinación del equipo de profesionales, aumentando del rendimiento clínico, el desarrollo del pensamiento crítico y la toma de decisiones. Lo que se puede traducir en una atención oportuna y de calidad a los pacientes.

Palabras clave: centros de simulación, habilidades clínicas, escenarios clínicos, equipos de salud, entrenamiento clínico.

BUSCANDO LA AUTOEFICACIA EN LOS ENTRENAMIENTOS CON IMV

Soledad Herrador Sánchez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Tatiana Vázquez Rodríguez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
María Aránzazu Fernández Benítez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Myriam González Barea. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Ricardo García Martínez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
María del Carmen Cardós Alonso. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, Universidad Complutense de Madrid, España

¿Son el conocimiento de la teoría y el ejercicio práctico elementos suficientes para actuar de manera eficaz en un IMV? La teoría de Bandura afirma que las creencias de autoeficacia, es decir, los pensamientos que tiene una persona sobre su capacidad y autorregulación para poner en marcha dicha conducta es decisiva como valor predictivo de la conducta humana. El comportamiento de las personas puede ser mejor predicho por las creencias que los individuos tienen acerca de sus propias capacidades más que por lo que en verdad puedan hacer, ya que estas percepciones contribuyen a definir qué hacen las personas con las habilidades y el conocimiento que poseen.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define IMV como “un suceso que genera un número de pacientes simultáneos que no pueden ser manejados con recursos locales siguiendo procedimientos rutinarios”. Éstos se caracterizan por el caos inicial.

La falta de manejo sobre la escena produce una situación de estrés elevado y los expertos fijan en 15 minutos el tiempo para controlar gran parte del suceso; pasados éstos, comienza la situación de crisis. Es imprescindible para que esto no ocurra que los profesionales que enfrenten estas situaciones entrenen frecuentemente. No existen dos IMV iguales. La forma más efectiva de crear un fuerte sentido de autoeficacia es la experiencia exitosa en el entrenamiento.

Planteamos pues, crear un cuestionario validado en autoeficacia, pionero, poder conocer en qué punto los profesionales pueden mostrar baja autoeficacia e incidir sobre ellos. Posteriormente, valoraremos si existen diferencias significativas en la percepción de autoeficacia, comparando entrenamiento real con realidad mixta.

Los objetivos principales son la creación de una escala de medición que valore la percepción de autoeficacia antes y después de la formación y entrenamiento comparando realidad virtual y real en IMV. También realizar una revisión bibliográfica temática autoeficacia e IMV.

Se plantea un cuestionario, de 21 ítems, relacionando autoeficacia y su uso en IMV. Este diseño, se envió en primera instancia, a un grupo de expertos en IMV, autoeficacia y metodología de toda España, solicitándoles colaboración si percibiesen que algún ítem no se ajustaba al objetivo del estudio. Han colaborado 10 expertos reduciendo los ítems a 13.

Tras aprobación por el comité de ética del proyecto, el cuestionario está siendo entregado a los alumnos y alumnas que realizan la formación (de carácter obligatorio) en IMV de SUMMA 112.

Palabras clave: autoeficacia, incidente de múltiples víctimas, escala, formación, realidad virtual.

EVALUANDO LA FATIGA DERIVADA DEL USO DE REALIDAD VIRTUAL Y MIXTA EN LOS ENTRENAMIENTOS DE INCIDENTES DE MÚLTIPLES VÍCTIMAS (IMV)

Paula Sanchiz Torres. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Ana María Cintora Sanz. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
María Redondo Lozano. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Alberto Blanco Lara. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
María del Carmen Cardós Alonso. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, Universidad Complutense de Madrid, España

El proyecto MED1stMR (*Medical First Responder with Mixed Reality*) incluido en el programa europeo de investigación H2020, tiene como finalidad el diseño de un método pionero de entrenamiento con realidad mixta para primeros intervinientes de Incidentes de Múltiples Víctimas y Catástrofes. Pretende mejorar la actuación de los profesionales en dichos incidentes a través de su entrenamiento en escenarios realistas utilizando nuevas tecnologías con menos necesidad de recursos humanos y con la posibilidad de realizar múltiples repeticiones. Todo ello buscando un aumento de la eficacia, seguridad, calidad y rapidez de las intervenciones, así como a un incremento de la resiliencia y autoeficacia de sus intervinientes.

Entenderemos fatiga como una sensación de agotamiento asociada a una disminución de la capacidad para el trabajo físico y mental y usaremos la escala *ZEF Scale* ya probada en el ámbito de las videoconferencias ZOOM, que se basa en 5 perfiles de fatiga (fatiga general, visual, social, motivacional y emocional). Por otro lado, La exposición a la realidad virtual puede alterar el sistema sensorial y provocar síntomas como náuseas, mareos, sudoración, palidez, pérdida de equilibrio, etc., que se agrupan bajo el término "enfermedad de la realidad virtual".

Los objetivos principales son: la adaptación de la escala ZEF y validación de una escala de fatiga para el uso de VR y RM en alumnos de cursos de IMV y determinar la duración óptima del entrenamiento con RV/RM.

Se aplicará el cuestionario a alumnos con perfil sanitario que acceden a la formación en IMV del Servicio de Urgencias Médicas de Madrid (SUMMA 112) antes y después tras realizar los simulacros mediante el uso de RV/RM. Se analiza la correlación entre la duración del entrenamiento y los resultados de la escala de fatiga. El tamaño muestral es de aproximadamente 180 encuestados habiendo previamente dado su consentimiento para la participación en esta investigación tras la realización de la formación. Las encuestas constan de 19 ítems con datos de experiencia profesional con posterior análisis anonimizado del mismo y correlación de variables dependientes. Se comparten los resultados obtenidos de grado de fatiga en relación con cada perfil, frecuencia de uso de RM y tiempos deseables de entrenamiento con RM según la experiencia de usuario.

Palabras clave: escala de fatiga, salud, realidad virtual, incidentes de múltiples víctimas (IMV), formación.

EFFECTO DE UN PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ASINCRÓNICO EN EL TIEMPO Y PERMANENCIA DE LA PRÁCTICA DE EJERCICIO DE UNA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

María del Pilar Salgado-Núñez. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México

Rubén Célis-Rivera. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México

Rosa María Cruz-Castruíta. Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Alejandro Sergio Pliego-Rayas. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México

La situación actual derivada de la pandemia de la covid-19, impactó de forma considerable en la salud de las personas en todo el mundo. En México, en el 2021 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía reportó una disminución del porcentaje de población adulta que practica algún tipo de actividad física. Diversas organizaciones de *fitness* han hecho esfuerzos por ofertar actividades a través de plataformas digitales con el objetivo de llegar a más personas en sus hogares durante la contingencia, modalidad que continúa en la etapa postpandemia.

Una Universidad privada de Guadalajara, a partir del 2020 puso a disposición de su comunidad un programa de ejercicio en vídeo a través de sus redes sociales y plataforma web. No obstante, el alto número de reproducciones, no se cuenta con información objetiva que permita medir el alcance de esta oferta en cuanto al nivel de actividad física y permanencia de los usuarios del servicio.

El objetivo de esta investigación es determinar el efecto de un programa de ejercicio asincrónico (en formato vídeo) en el tiempo y permanencia de la práctica de ejercicio físico de los usuarios de las plataformas digitales de una Universidad privada de Guadalajara, Jalisco y México. Diseño metodológico: estudio pre-experimental, con 20 mediciones por cada participante en la muestra compuesta por estudiantes y docentes del sexo femenino (rango de edad de 20-56 años). Durante 4 semanas se pusieron a disposición de los participantes, los vídeos de ejercicio ubicados en plataformas de internet, para utilizarlos durante su actividad diaria, debiendo enviar reportes diarios de actividad (minutos y calidad). Se realizaron análisis descriptivos, empleando estadística paramétrica y análisis comparativos bajo una estrategia de estadística no paramétrica, a través de la prueba de Rangos de Wilcoxon.

Resultados: en el análisis comparativo entre la primera y cuarta semana, se encontraron diferencias significativas a favor de la primera en todas las variables.

Conclusión: Para elevar el nivel y la permanencia en la actividad física en usuarios de ofertas digitales, es necesario incluir reforzadores conductuales como herramientas de interacción entre participantes e instructores, así como recursos educativos.

Palabras clave: plataformas digitales, ejercicio físico, nivel de actividad física, vídeos de ejercicio, adherencia.

FUENTES DIGITALES Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN SOBRE PROBLEMAS DE SALUD MENTAL EN MÉXICO

Tomás López Ramírez. Universidad Autónoma de Aguascalientes, México

En los últimos años, el acceso a las tecnologías digitales ha cambiado la forma en que consumimos información sobre nuestros problemas de salud. La creciente popularidad de las redes sociales, aplicaciones móviles y otras herramientas digitales ha permitido que las personas accedan a información y recursos sobre salud desde cualquier lugar y en cualquier momento. En este contexto resulta importante determinar la forma en que las búsquedas de información en salud responden a diferentes aspectos situacionales.

El presente estudio se basa en una investigación exploratoria que busca analizar la relación entre las búsquedas web de información sobre depresión y ansiedad en México, los niveles de prevalencia de ambas afecciones y el uso promedio de tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Para tal fin, se llevó a cabo un análisis de estadística descriptiva a partir de datos obtenidos de *Google Trends*, la Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado (ENBIARE) y la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), estas últimas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

En cuanto a los resultados, se encontraron dos aspectos principales. Primero, se observó un aumento en los niveles de interés en búsquedas web sobre depresión y ansiedad del 2006 al 2016, seguido de una estabilidad en dichos índices con variaciones mínimas en los últimos seis años (2016-2022). Por otro lado, en el año 2021, se observó una relación positiva entre la prevalencia de estos dos trastornos mentales y las búsquedas web, mientras que la relación negativa se dio entre el uso promedio de TIC y dichas búsquedas web. Estos hallazgos sugieren que el problema es multifacético y no puede ser abordado a través de una comprensión simplista.

Validar empíricamente la existencia de estas búsquedas web sobre depresión y ansiedad cobra especial importancia en el contexto de México, donde no se han realizado estudios al respecto. Aunque investigaciones hechas en otros países como Estados Unidos, España o Reino Unido han servido como inspiración para este estudio, se hace necesario comprender cómo las TIC afectan el consumo de información sanitaria en la población mexicana. Los resultados de este estudio proporcionan información valiosa para el diseño de estrategias de comunicación y salud mental en la era digital en México y abren nuevas líneas de investigación al respecto.

Palabras clave: TIC, fuentes digitales, información, salud mental, México.

COMUNICAÇÃO DIGITAL NA LITERACIA EM SAÚDE

Anabela Félix-Mateus. CEPESE - UPorto, Portugal
 Lourenço Dias da Silva. Corporate Business School (CBS), Moçambique

No âmbito das Ciências da Saúde o conceito Literacia tem-se destacado pelo aumento da preocupação com tal condição. Dados oficiais da Direção Geral de Saúde (2021) apresentam Portugal como um dos países com melhor nível de “compreensão da Informação” na área. Contudo encontramos diversas referências na literatura correspondente, por parte de especialistas e no âmbito de ensaios científicos, com as vertentes Informação, Promoção, Motivação, mas não envolvem a estratégia Comunicação: utilizam os conceitos Informação e Comunicação indiscriminadamente, com significado coincidente. Em consequência a indefinição ou incorreção dessas representações remetem erradamente para o objetivo dos trabalhos de Literacia em Saúde e o entendimento do papel do cidadão enquanto ator nos processos desenhados para a criação duma melhor condição da saúde na sociedade.

Neste contexto entendemos fundamental esclarecer as particularidades de cada conceito, evidenciar as ações das áreas e os objetivos implícitos. Pretendemos também conhecer a vontade do cidadão enquanto participante activo e interventivo na sociedade, para o que é decisivo um grau minimamente esclarecido de Literacia. Num momento em que se valoriza uma posição ativa proporcionada pelos meios digitais há que entender as suas intenções e opções derivadas dos meios que elege para a sua contribuição na sociedade.

Para tal fizémos revisão de literatura básica à temática, analisámos publicações reveladoras de situações reais de ação e comportamentos, quer por parte dos cuidados de saúde como da população em geral em distintas condições de acessibilidade aos serviços médicos e de bem-estar.

Observámos vantagens da comunicação realizada através de meios digitais; verificámos pertinência da sua utilização em situações de dificuldade de deslocação de pacientes e outros cidadãos a quem se devem cuidados de prevenção e profissionais de saúde, em situações estruturais ou conjunturais impeditivas da relação direta e presencial.

Esta investigação levou-nos a concluir que o recurso a meios digitais, particularmente o smartphone portador de funcionalidades altamente avançadas, autonomia e flexibilidade, poderá ser um bom instrumento para alcançar grande parte da população com a oferta de informação generalizada de cuidados de saúde e prevenção da doença, permitindo-lhe em simultâneo participação nas ações de literacia em saúde em locais dificilmente alcançáveis presencialmente, levando os cidadãos a contribuir com informação das suas condições de vida em determinado local e momento, o que ajudará à decisão na opção dos meios para cada situação concreta, proporcionando a interação desejada entre serviços de saúde e cidadãos, numa época que privilegia uma posição ativa por parte da população.

Palavras-chave: literacia em saúde, comunicação em saúde, comunicação digital, estratégia de comunicação, instrumentos digitais de comunicação.

METAVERSO Y SALUD: APLICACIONES, DESAFÍOS Y LÍNEAS DE FUTURO

Juan Enrique González Vallés. Universidad Complutense de Madrid, España

Guillermo Mejías Martínez. Universidad Complutense de Madrid, España

Carolina Bengochea González. Universidad Complutense de Madrid, España

Los rápidos avances en digitalización y automatización han propiciado un crecimiento acelerado de la tecnología aplicada a la Salud, generando modelos novedosos que están creando nuevos canales para la prestación de tratamientos. El metaverso es una tecnología emergente en el espacio digital que tiene un enorme potencial en la asistencia sanitaria, permitiendo experiencias realistas tanto a los pacientes como a los profesionales médicos. El metaverso es una confluencia de múltiples tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad virtual, la realidad aumentada, la conexión a Internet de los dispositivos médicos, la robótica, la computación cuántica... a través de las cuales pueden ofrecerse nuevos tratamientos y servicios sanitarios de calidad. La combinación de estas tecnologías garantiza una atención al paciente inmersiva, íntima y personalizada. También proporciona soluciones inteligentes adaptativas que eliminan las barreras entre proveedores y receptores de atención sanitaria.

En esta investigación se ofrece una perspectiva holística de la aplicación del metaverso al campo de la Salud, analizando las tecnologías que permiten dar entrada al metaverso en la sanidad, las aplicaciones presentes y potenciales y los proyectos relacionados. También se abordan los problemas de la adaptación del metaverso a las aplicaciones sanitarias y se destacan las posibles soluciones como parte de las futuras líneas de investigación.

Palabras clave: metaverso, comunicación, salud, líneas futuras de investigación, tecnología.

LA REALIDAD VIRTUAL EN EL ÁMBITO DE LA SALUD

Ubaldo Cuesta. Universidad Complutense de Madrid, España
Luis Felipe Solano Santos. Universidad Complutense de Madrid, España
José Ignacio Niño González. Universidad Complutense de Madrid, España

A pesar de que la realidad virtual (VR) se asocia con el *gaming*, ésta es una tecnología de nueva generación que está colaborando en el proceso de avance y desarrollo del ámbito de la salud. Los investigadores en este campo están estudiando entornos como la rehabilitación física y cognitiva, la salud mental, el control de la ansiedad, el análisis del movimiento involuntario, entrenamiento en cirugía, etc. Por ejemplo, un estudio publicado en *Harvard Business Review* encontró una mejora del 30% en el rendimiento de dos cirujanos empleando técnicas de formación con VR.

En esta investigación, se presenta un estudio piloto en el que se analiza la plataforma *Amelia Virtual Care*, considerada la plataforma de VR más eficaz, rápida y práctica en *coaching* de conductas vinculadas a trastornos de ansiedad. Se presenta, con ejemplos reales, las posibilidades que ofrece de control sobre el *coaching*, mejora del comportamiento del sujeto, superación del progreso, entrenamiento *online* y otras variables de interés.

Se concluye que este tipo de herramientas, y especialmente la plataforma *Amelia Virtual Care*, ofrecen importantes complementos a las técnicas de *coaching* en esta área.

Palabras clave: realidad virtual, *coaching*, salud, *Amelia Virtual Care*, entrenamiento *online*.

COMPROBACIÓN DE VALIDEZ DE INSTRUMENTOS: CORRELACIÓN DE PEARSON

Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú
Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú
Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú
Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú

La directiva de la tesis considera planteamiento del problema, marco teórico, hipótesis -variables, resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos. La validez de los instrumentos recae básicamente en la confiabilidad. Esta confiabilidad ejecutada con la prueba de Kuder-Richardson o el alfa de Cronbach. La comprobación de hipótesis para determinar relaciones significativas entre variables generalmente es resuelta con estadísticas paramétricas de PEARSON y no paramétricas con SPEARMAN. Nuestro aporte es presentar un enfoque predictivo para ambas variables. Es decir, indicar las posibilidades de ocurrencia de problemas.

Generalmente los trabajos de investigación se limitan a técnicas tradicionales de correlación y asociación como son las pruebas Pearson, Spearman, Chi cuadrado y Yates. La regresión logística representa una alternativa para investigaciones de diseño correlacional. La regresión logística establece una ecuación matemática entre variables dependientes e independientes con su respectiva significancia estadística. Varios casos pueden ser investigados como por ejemplo la problemática laboral que conlleva una sobrecarga en sus diferentes dimensiones y, cada una de ellas debe ser investigada para que se pueda implementar un programa ergonómico participativo para que se suceda la reducción correspondiente. Debemos determinar la dimensión que presenta mayor impacto. Esta dimensión de mayor impacto refleja el mayor riesgo para el talento humano.

El objetivo general de esta investigación es aplicar la correlación de Pearson para la confiabilidad de los instrumentos. La regresión logística ayuda también para comprobación de hipótesis correlacionales.

La metodología considera también la importancia de la filtración de datos y la correcta calificación de los instrumentos. Eso implica un buen manejo de las Tecnologías informáticas y de la comunicación.

El filtrado de datos ayuda a eliminar encuestas que quitan la confiabilidad del instrumento. Asimismo la correcta calificación de instrumentos ayuda a obtener relaciones directa e inversa de variables de manera correcta. También se hace imperativo el uso de una buena clasificación de datos usando Estanones.

Palabras clave: correlación de Pearson, Kuder-Richardson, Alfa de Cronbach, riesgo, Confiabilidad de instrumentos, Estanones.

Educación para la Salud y prevención

BÚSQUEDA Y ESCANEADO DE INFORMACIÓN PRÁCTICA, DE BENEFICIOS Y PERJUICIOS SOBRE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE ENTRE ADULTOS EN CHILE

Macarena Peña y Lillo. Universidad Diego Portales, Chile

La búsqueda activa y la exposición incidental (i.e. escaneo) de información sobre hábitos de vida saludables se ha vinculado con la adopción y práctica de esos comportamientos. Estudios cualitativos recientes han mostrado que la “información” sobre hábitos de vida saludable puede dividirse al menos en tres tipos de mensajes: aquellos que entregan información sobre los beneficios del comportamiento, aquellos que se refieren a aspectos negativos o perjuicios del comportamiento y aquellos que proveen datos prácticos. Este estudio se propone cuantificar la exposición vía búsqueda activa y escaneo a estos tres tipos de mensajes relativos a dos hábitos de vida saludable: práctica de actividad física y consumo de frutas y verduras. Adicionalmente, exploramos las características sociodemográficas que se asocian con la búsqueda y escaneo de cada tipo de mensajes y determinamos el grado en el cual la práctica previa del comportamiento incide en la exposición a información.

Se realizó una encuesta cara a cara a 1.411 personas de 25 años o más residentes en la ciudad de Santiago de Chile; la muestra fue probabilística con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 2,7%. Se preguntó acerca de la búsqueda y escaneo de información sobre los beneficios, perjuicios o consecuencias negativas e información práctica acerca de los dos comportamientos bajo estudio en los últimos 30 días. Las covariables consideradas fueron género, edad, nivel educacional, consciencia de salud, condición crónica, situación laboral, previsión, y peso y talla para calcular índice de masa corporal.

La información acerca de los beneficios de los comportamientos es la que se escanea más comúnmente (76% y 83%), seguida por la información práctica (71% y 77%). La búsqueda de información sigue los mismos patrones. La información sobre perjuicios o consecuencias negativas es escaneada y buscada con menor frecuencia (solo entre un 37% y un 46% de los casos). Los comportamientos previos se asocian positivamente con la búsqueda de información sobre los hábitos de vida saludable, tanto para información de tipo práctica como aquella sobre consecuencias negativas, la única excepción son los beneficios de la actividad física. No se advierten diferencias por nivel educacional en la búsqueda, pero sí en el escaneo, siendo las personas con mayor educación las que escanean en mayor medida todos los tipos de información. La consciencia de salud también favorece la exposición a información vía búsqueda, pero se asocia negativamente con escaneo de información sobre perjuicios de los comportamientos.

Palabras clave: hábitos de vida, Chile, información, actividad física, consumo de frutas y verduras.

LAS SERIES DE FICCIÓN COMO HERRAMIENTA INCLUSIVA DE EDUCACIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA (TEA)

Víctor Manuel Barberá. Universidad Rey Juan Carlos, España
Alma Llerena Fernández. Universidad Rey Juan Carlos, España

Llevar a la ficción el trastorno del espectro autista en formatos seriados distribuidos a través de plataformas de vídeo *on demand*, ayuda a incrementar la comprensión y sensibilización con las personas que sufren esta condición, disminuyendo así los estereotipos negativos. Además, esto puede ayudar a visibilizar a este colectivo y proporcionar un medio para informar al público general sobre las personas con trastorno del espectro autista, sus condicionantes sociales y la afectación a su entorno familiar.

El objetivo de este estudio fue determinar si la representación llevada a la ficción del trastorno del espectro autista se está realizando de forma adecuada, ayudando con ello a sensibilizar y visibilizar a este colectivo para el público general, o por el contrario se está dando una visión sesgada y parcialmente errónea. La metodología utilizada tuvo en cuenta el objeto investigado, la representación correcta o no del trastorno del espectro autista en las series de ficción, por lo que decidimos realizar una consulta a expertos y especialistas en esta área a través de un cuestionario autoadministrado e individualizado. Este tipo de metodología se ha mostrado válida para la recolección de datos relativos a este tipo de fenómenos sociales.

Como referente utilizamos la serie estrenada en 2017 por Netflix *Atípico*, donde se exploran diferentes temáticas en relación con el autismo como la autonomía o las relaciones personales y familiares. Aunque controvertida, ha sido una serie relevante que ha mantenido su permanencia en la plataforma durante cuatro temporadas, sirviendo como instrumento alfabetizador de la audiencia general, ayudando a fijar en el ideario colectivo una imagen en torno a las personas con trastorno del espectro autista y su inclusión social.

Los resultados reflejaron que la serie de ficción *Atípico* plasma la realidad de las personas con trastorno del espectro autista de forma más real comparado con otras series como el personaje de Sheldon Cooper en *The Big Bang Theory* (2007) o de Abed Nadir en *Community* (2009), sin embargo, todavía es necesario que se den avances para lograr una educación comunicativa más inclusiva presentando productos de creación audiovisual desde el punto de vista de la neurodiversidad. Por lo que se hace preciso profundizar en un debate hacia una forma de comunicar más compleja y plural, que muestre esta condición simplemente como una forma de aprender, relacionarse y procesar información de un modo no neurotípico.

Palabras clave: autismo, series, ficción, educación inclusiva, visibilización.

EDUCACIÓN NUTRICIONAL Y REDES SOCIALES. CRITERIOS EN ADOLESCENTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR PARA LA SELECCIÓN DE INFORMACIÓN ALIMENTARIA

Dulce Olivia Dávila Piñón. Universidad Autónoma de Zacatecas, México
Josefina Rodríguez González. Universidad Autónoma de Zacatecas, México
Rosalinda Gutiérrez Hernández. Universidad Autónoma de Zacatecas, México

La premisa central del estudio se basa en el hecho de que la educación nutricional debe dotar a los estudiantes de herramientas para formar criterios en la información que se distribuye a través de redes sociales.

Los objetivos se resumen en conocer las redes sociales más utilizadas y perfiles sobre alimentación que deciden seguir los adolescentes de nivel medio superior. Analizar la frecuencia, la importancia y la finalidad que le dan a la información alimentaria que revisan a partir de las redes sociales. Y, por último, detallar los criterios que establecen sobre la formación académica de los generadores de contenido *y/o influencers*, y si tienen prioridad de seguir perfiles de especialistas en nutrición.

Dentro del marco teórico se habla sobre la adolescencia, etapa de cambios secundarios que ocasiona preocupación por el aspecto físico, ligándose con el uso de las redes sociales, por ser medios de comunicación, socialización y de información. Finalmente, se trata la educación nutricional que consiste en adquirir conocimientos sobre los valores nutricionales y saludables de los alimentos que contribuyen al correcto desarrollo del organismo previniendo enfermedades.

La metodología desarrollada es de carácter cualitativo mediante un cuestionario semiestructurado, aplicado a 35 estudiantes de nivel medio superior con formación para el trabajo de higiene y salud comunitaria de la escuela preparatoria Villanueva ubicada en la comunidad del mismo nombre, perteneciente al estado de Zacatecas, México. La selección de los sujetos se realizó considerando que los estudiantes reciben dentro de su formación las bases necesarias para la adquisición de educación nutricional.

Los resultados arrojan que la totalidad de adolescentes tienen al menos un perfil en redes sociales. La más utilizada es TikTok seguida por Instagram. La mayoría de los jóvenes afirma que las utiliza entre dos y cinco horas por día. Más de la mitad afirmó seguir ocasionalmente profesionales de la salud por interés de cuidarse, dando importancia a que la información que se observa acerca de nutrición provenga de especialistas en el área, considerando que en algunos casos las publicaciones son veraces. Entre los perfiles de alimentación que refirieron seguir, destacan Leana Deeb, Carlos Belcast, Andoni, Eva Quintanilla, Bárbara y Mar de Regil.

Se concluye que los adolescentes no tienen criterios suficientes para discernir sobre la información que observan y consumen en redes sociales. Esto se hace visible por el tipo de perfiles que siguen, ya que en su mayoría no son profesionales del área, sin embargo, se debe considerar, que la mercadotecnia de redes sociales y su tipo de consumo, pueden ser factores centrales para recibir este tipo de información.

Palabras clave: redes sociales, educación nutricional, adolescencia, educación medio superior, información.

AVANCES Y CONTROVERSIAS DE LA ACREDITACIÓN EN EL PERÚ

Emma Emilia Pérez Palacios. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú
Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú
Herminia Tatiana Rettis Salazar. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

La acreditación de la calidad en la educación superior universitaria en el Perú, a pesar del tiempo transcurrido, no se ha afianzado ni ha alcanzado un nivel de desarrollo significativo según el Balance de la Acreditación publicado en diciembre 2022, los programas acreditados alcanzan el 3% del total de los que ya están licenciados; lo que confirma cierto desinterés en el cumplimiento de los estándares de calidad de los programas en las universidades. Es por ello, que la presente investigación tiene como objetivo analizar el proceso de acreditación de una universidad emblemática del Perú, así como evaluar su impacto desde las percepciones y opiniones de los 563 estudiantes universitarios peruanos de los de los últimos ciclos (7º, 9º y 10º) de la facultad de Ciencias Administrativas (acreditada en el 2015 por la ABCSP - *Accreditation Council for Business Schools and Programs*- USA) y de la Facultad de Ingeniería Industrial acreditada en el año 2010 por la CNA – Comisión Nacional de Colombia, las que también fueron acreditadas por el órgano encargado de garantizar la calidad educativa en el Perú: el SINEACE (Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa).

El enfoque metodológico es cuantitativo con diseño no experimental de tipo descriptivo-comparativo de corte transversal que permitió analizar los datos obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario tipo Escala de Likert aplicado a una muestra representativa proporcional a la población de estudiantes matriculados en las mencionadas facultades. mediante un muestreo estratificado de conglomerados.

La principal conclusión que se desprende de la presente investigación es que en los últimos 4 años los estudiantes de las facultades acreditadas mencionadas no perciben evidencias de mejoras significativas como consecuencia de la gestión de los procesos de acreditación que garantizan la calidad educativa a través del cumplimiento de los estándares de calidad propuestos por el SINEACE. Asimismo; a pesar de que las facultades antes mencionadas cuentan con diferente antigüedad de la certificación, los resultados de la percepción de cambios fundamentales es la misma. Finalmente, se percibe que el mayor obstáculo para lograr la acreditación es la falta de compromiso de los actores educativos en los procesos de reestructuración de la gestión educativa para el cumplimiento de los estándares de calidad.

Palabras clave: acreditación, actores educativos, gestión educativa, calidad educativa, procesos de mejora.

LA PROMOCIÓN DEL BIENESTAR EMOCIONAL PERINATAL EN GESTACIONES DE ALTO RIESGO A TRAVÉS DE LA CONTINUIDAD ASISTENCIAL

Miriam Morláns Lanau. Hospital Universitario Infanta Leonor, Universidad Complutense de Madrid, España

El estrés y la ansiedad han sido identificados como los principales factores psicológicos y sociales durante el embarazo y tanto su prevalencia como efectos adversos implican la necesidad de cribado, pese a que en España no existen protocolos ni guías que de manera ordenada lo establezcan.

El objetivo de esta investigación es la implementación de la continuidad asistencial en el campo de la salud mental perinatal en los embarazos de alto riesgo a través de un equipo multidisciplinar liderado por una matrona. Para ello, se analiza la prevalencia de la ansiedad y la depresión perinatal en gestaciones de alto riesgo de una muestra de 271 sujetos, aplicando las escalas CWS, WHO-5, GAD-7, EPDS y CEQ.

Se concluye que el establecimiento de un circuito de continuidad asistencial, atención individualizada y coordinada para la detección precoz ayuda a la mejora del bienestar emocional en el contexto del bienestar asistencial.

Palabras clave: continuidad asistencial, bienestar emocional, gestación, alto riesgo, atención individualizada.

USE OF CLINICAL IMAGING IN OCCUPATIONAL TOXICOLOGY DURING TEACHING TO RAISE AWARENESS IN THE APPLICATION OF HIGH TOXICITY BIOCIDES BY APPLICATORS

Borja Garrido Arias. Universidad Miguel Hernández, España

This text was created within the framework of the teaching methodology developed over seven years in the training regulated by R.D. 830/2010, which establishes the regulations governing the training to carry out treatments with biocides. The legislation establishes a curricular content for each of the established levels (TP8 wood preservatives at different levels, products that are or generate gases and CMRs and T+ level), however, on many occasions, workers' awareness of the damage to health is not achieved, the aim of the training being to raise awareness of the risks/harm to health involved in the use of these products in their professional performance.

This study establishes statistical results from the use of real images of poisoning and other health effects (dermatological and ophthalmic conditions) on the knowledge and impact produced in students when presenting real clinical cases of products that they use regularly in their work. The recapitulation of data has been taken during the live training sessions using the Mentimeter application.

The results show a general lack of knowledge in relation to the real cases shown (>85%) as well as a high emotional impact (>70%) in different scales of each of the snapshots shown. The research concludes that there is a need to raise awareness of prevention in order to reduce the occurrence of occupational diseases and to adapt curricular content to the type of students and the most relevant teaching objectives: occupational health. Likewise, there is a need for teachers specialized in the subject with a full adaptation to the established curricular contents and under their technical/professional experience.

Keywords: occupational toxicology, ophthalmic affection, dermal affection, chronic intoxication, biocides.

DISEÑO CORRELACIONAL: RECURSO HUMANO PROFESIONAL SEGÚN SOBRECARGA LABORAL

Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú
Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú
Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú
Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú
Cesar Ángel Durand Gonzales. Universidad Nacional del Callao, Perú
Vanessa Mancha Álvarez. Universidad Nacional del Callao, Perú

La problemática del recurso humano y sus factores asociados como sobrecarga laboral es a nivel macro y nivel micro. Nuestro aporte es presentar un enfoque predictivo para ambas variables. Es decir, indicar las posibilidades de ocurrencia de problemas en el talento humano en base a factores laborales. A nivel universitario de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional del Callao es imperativo caracterizar el recurso humano profesional y la sobrecarga laboral.

Justificamos el estudio dado que el profesional realiza dos actividades: laboral y académica. La actividad académica conlleva a una segunda titulación y/o grado académico que es obligatorio para su permanencia en el servicio que labora y reconocimiento económico correspondiente según disponibilidad presupuestal de cada institución. La problemática laboral conlleva una sobrecarga en sus diferentes dimensiones y, cada una de ellas debe ser investigada para que se pueda implementar un programa ergonómico participativo para que se suceda la reducción correspondiente. Debemos determinar la dimensión que presenta mayor impacto. Esta dimensión de mayor impacto refleja el mayor riesgo para el recurso humano.

El objetivo general de esta investigación fue determinar el impacto de los factores laborales en el recurso humano profesional.

La metodología considera una muestra significativa de profesionales. Para establecer la relación entre recurso humano y la sobrecarga laboral se han utilizado pruebas correlacionales como R de Pearson, Rho de Spearman, chi-cuadrado de Yates y cálculos de Odds ratio (OR).

La comprobación de las hipótesis considera el análisis de la distribución de los datos utilizando la prueba de Shapiro-Wilk. Se concluye que existe una relación significativa entre recurso humano profesional y sobrecarga laboral.

Palabras clave: recurso humano profesional, sobrecarga laboral, impacto, riesgo, Odds ratio.

ENTIDADES DE PACIENTES, A PESAR DE SU ESTRUCTURA DÉBIL, ALCANZAN PROYECTOS ROBUSTOS Y DE GRAN IMPACTO SOCIAL

Pedro García Recover. Universidad Nacional a Distancia, España
Carmen Gómez Navarro. Universidad de Murcia, España

Este trabajo nace del análisis de un grupo focal con investigadores sociales y entrevistas en profundidad a dos entidades de pacientes que destacan por sus alianzas para desarrollar proyectos en el área clínica y psicosocial. Estas organizaciones son un pilar fundamental dentro del Tercer Sector y, por ende, su acción, es un constante impulso. Estas asociaciones son un motor en proyectos de investigación clínica, al tiempo que son un agente protagonista de un cambio sociodemográfico por sus acciones de concienciación y educación que conectan con la población transversalmente.

En concreto, el Grupo de Investigación Social de Enfermedades Raras Visuales (Giserv), vinculado a la Asociación Retina Murcia, centra el siguiente manuscrito en las organizaciones de pacientes con enfermedades raras visuales.

Se profundiza acerca de la evolución de este movimiento asociativo en estos últimos años. A partir de un coloquio grabado en voz y posteriormente transcrito, hemos planteado una batería de preguntas a tres investigadores sociales, expertos en comunicación y enfermedades raras: Javier Fornieles, Josep Solves y Antonio Bañón, donde realizamos una observación del movimiento asociativo de enfermedades raras, sus fortalezas y debilidades. Además, hemos realizado entrevistas en profundidad a las trabajadoras sociales de la Asociación Retina Comunidad Valenciana y Asociación Retina Murcia.

Hacemos referencia a entidades sin ánimo de lucro que llevan a cabo acciones con recursos muy limitados. A pesar de ello, encontramos estrategias creativas para salvar estos obstáculos. Las alianzas con empresas privadas son necesarias para profesionalizar los servicios y proyectos, por ausencia de financiación pública solvente. Por tanto, ante una situación precaria, hay entidades que desaparecen por esta estructura débil y otras se reinventan. Con acceso a recursos profesionales o gestión propia de recursos económicos, estas entidades podrían avanzar hacia su profesionalización de una forma más robusta que la actual.

Hemos comprobado como debido a esta fuerza de las organizaciones sociales se promueven proyectos de investigación clínica, este fue el caso del lanzamiento de un nutracéutico para un tipo de Distrofia Hereditaria de Retina, con el apoyo de la Asociación Retina Comunidad Valenciana y un grupo del Centro de Investigación Príncipe Felipe. En el ámbito social, la Asociación Retina Murcia, hace pedagogía en visitas a colegios, sobre enfermedades raras con afectación visual, empleando un libro de edición propia, "Emociones a la vista". Un libro accesible con audio-descripción a través de código QR. Lo recaudado por la venta del libro se destina a la investigación de estas patologías.

Palabras clave: entidades de pacientes, enfermedades raras visuales, Asociaciones Retina, comunicación, recursos.

PROYECTO DE ENFERMERÍA EN INTERVENCIÓN EDUCATIVA NUTRICIONAL EN ESCOLARES

Inés Bajaña Mendieta. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador
Cecilia Díaz Olmedo. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador

Una de las actividades que comprende la formación de los alumnos de la Carrera de Licenciatura en Enfermería es participar en actividades de promoción y prevención de salud en diversos ámbitos, por lo que se realizó la presente investigación para determinar cuál es el principal tipo de malnutrición que se encuentra en los estudiantes de una Escuela Fiscal de la ciudad de Quevedo-Los Ríos y en base a estos resultados desarrollar programas de vinculación con la comunidad enfocados en la prevención de la malnutrición infantil.

Se realizó el registro de medidas antropométricas: peso, talla, determinación de índice de masa corporal (IMC), con la participación de los alumnos de la carrera Licenciatura en Enfermería. Se tomaron datos de 343 alumnos de los cuales 178 corresponden al sexo masculino (52%) y 165 corresponden al sexo femenino (48%).

La valoración del estado nutricional se realizó mediante la determinación del IMC clasificándolo en percentiles de acuerdo a las curvas establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en niños y niñas. De los 343 alumnos valorados se determinó que el porcentaje con peso normal corresponde al 34% (115) de los alumnos, peso bajo 20% (70) y desnutrición 15% (50). Con respecto a sobrepeso se registra el 12% (42) y 19% (66) con obesidad.

Con este estudio de campo se puede demostrar que existe una alta prevalencia de malnutrición tanto por déficit (bajo peso y desnutrición) como por exceso (sobrepeso y obesidad) por lo que se considera necesario establecer estrategias que permitan abordar estos dos problemas.

Con los resultados obtenidos se diseña el *Proyecto de Intervención Educativa para prevenir la Malnutrición Infantil* el mismo que se implementará en las Escuelas Municipales del cantón Quevedo, en el que participará un equipo multidisciplinario formado por alumnos de la Carrera Licenciatura en Enfermería, docentes universitarios, docentes escolares y padres de familia.

De esta manera la Carrera de Licenciatura en Enfermería contribuye a mejorar la salud de la población y al desarrollo de la sociedad mediante la promoción de hábitos de vida saludables, orientados a la prevención de enfermedades, tomando en consideración que las principales causas de muerte en Ecuador corresponden en primer lugar a enfermedades isquémicas cardíacas, diabetes mellitus tipo 2, enfermedades hepáticas, después de la covid-19. La carga de los sistemas de salud por las enfermedades crónicas es uno de los grandes retos a disminuir mediante el desarrollo de acciones preventivas.

Palabras clave: desnutrición, obesidad, prevención, educación, escolares.

Fake news, bulos sanitarios y antivacunas

USO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES SOBRE LAS VACUNAS COVID-19: UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE BRASIL Y ESPAÑA

Andrea Langbecker. Universidad Carlos III, España
Daniel Catalán Matamoros. Universidad Carlos III, España

El objetivo de este estudio fue analizar el comportamiento de la población española y la brasileña en relación con las vacunas contra la covid-19 y su uso de los medios de comunicación y redes sociales durante la pandemia. Se realizó una encuesta entre diciembre 2021 y enero 2022 en la que participaron 259 españoles y 405 brasileños en una encuesta *online* autoadministrada. En España, la mayoría de los encuestados tenía entre 35 y 65 años y poseía estudios universitarios. El 86,9% había recibido la vacuna completa, y la mayoría utilizó varios medios para informarse sobre las vacunas, destacándose la prensa y la televisión. En cuanto a las redes sociales, Twitter e Instagram fueron las más utilizadas. La mayoría de los encuestados confiaba en la información proporcionada por científicos, instituciones de salud y profesionales de la salud. Además, la mayoría no había compartido información sobre efectos adversos de las vacunas, aunque tampoco habían compartido información sobre sus beneficios. La desinformación en las redes sociales sobre el tema fue encontrada por el 73%, y el 64% solía verificar si la información era correcta antes de compartirla. En Brasil, la mayoría de los encuestados tenía estudios universitarios, y el 91% había recibido la vacuna completa. Los medios más utilizados para informarse fueron los sitios web de instituciones de salud y la televisión, mientras que Instagram y Facebook fueron las redes sociales más utilizadas. La mayoría confiaba en la información proporcionada por científicos, instituciones de salud y profesionales de la salud. Además, la mayoría no había compartido información sobre posibles efectos adversos de las vacunas, pero el 57% había compartido contenido sobre sus beneficios.

La desinformación en las redes sociales sobre el tema fue encontrada por el 89,6%, y solían verificar la información antes de compartirla con sus contactos. Estos resultados pueden ser útiles para la elaboración de estrategias de comunicación durante crisis sanitarias, ya que destacan la importancia de la verificación de la información y el papel de los científicos, las instituciones de salud y los profesionales de la salud en la transmisión de información veraz.

Se muestra que los medios tradicionales como la televisión y la prensa siguen siendo importantes fuentes de información, aunque las redes sociales también juegan un papel relevante. Por lo tanto, se debe prestar especial atención a garantizar una información veraz en estas plataformas.

Palabras clave: medios de comunicación, redes sociales, vacunas, covid-19, Brasil.

Comunicación de crisis sanitaria

SELECCIÓN SOBRE EL MECANISMO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN: COVID-19 EN CHINA

Ana Cristina del Paso Gallego. Universidad Complutense de Madrid, España

Adrián Núñez Ortiz. Universidad Autónoma de Barcelona, España

El levantamiento de las restricciones de movilidad en China a causa de la covid-19 facilita que la población pueda viajar dentro y fuera del país. Nuestra investigación académica, la tercera relacionada con la Pandemia SARS covid-19 y los mass media, se centra en saber qué perfil de persona y qué medio de comunicación utiliza para conocer el estado de la covid-19 en China en esta fase en la que coincide con su tercera ola y la decisión de aplicar el fin de la política Cero.

La metodología implementada ha sido de carácter cuantitativo y cualitativo. Comprende un cuestionario que facilita el cruce de datos con el que podemos determinar, entre otros, el porcentaje de usuarios que consulta medios de distinta naturaleza como las redes sociales de acceso abierto y los restringidos, como los medios de comunicación estatales y los privados. Se compara la información oficial con la ofrecida por otros países u organismos como la Organización Mundial de la Salud. Los resultados han sido obtenidos de una muestra de 500 respuestas establecidas en un cuestionario de *Google Forms* con 18 preguntas multirespuesta y con formato anónimo. Entre las respuestas, se ha podido determinar, además, cuál es el medio de comunicación chino más seguido, la red social en abierto más consultada y dentro de WeChat, la más consultada para temas de salud.

Palabras clave: redes sociales, China, covid-19, mass media, información.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS: LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS

Marto Egado-Piqueras. Centro de Estudios Universitarios CEDEU, España

La gestión de la comunicación e información durante una crisis debe ser gestionada desde diferentes categorías, ante lo que es preciso reconocer el impacto que tiene la información en la sociedad. La crisis sanitaria provocada por la covid-19, afectó directa y transversalmente a todos los ámbitos. A partir de este suceso, se ha realizado una revisión de la bibliografía que posibilite el análisis sobre la pandemia, enfatizando en el caso español en relación con las estrategias de comunicación utilizadas por los medios de comunicación e instituciones sanitarias para abordar la situación de crisis.

El objetivo es identificar y analizar las estrategias de comunicación social utilizadas para abordar la crisis sanitaria de la covid-19 en España, tanto desde los medios de comunicación como desde los centros médicos y hospitalarios.

El diseño de la investigación responde al modelo de revisión bibliográfica. Presenta un alcance descriptivo de análisis cualitativo. Se sustentó en la búsqueda y análisis de artículos de divulgación científica (fuentes secundarias) que se encontraron alojados en bases de datos debidamente formalizados, revisados y referenciados. Se seleccionaron 15 artículos para la revisión cualitativa de la información.

La comunicación es un elemento fundamental en la atención sanitaria y en la promoción de la salud. Es a través de ésta que los pacientes y los profesionales se relacionan e intercambian información, permitiendo el diagnóstico y el tratamiento de las enfermedades, así como la prevención de las mismas. En tiempos de crisis sanitaria es de vital importancia, ya que la óptima información es clave para la prevención y control de enfermedades infecciosas. La pandemia de la covid-19 ha dejado en evidencia dicha importancia, enfatizando en lo fundamental de los mensajes claros y efectivos por parte de las autoridades sanitarias, gobiernos y medios de comunicación. Esta crisis ha tenido un impacto significativo en todo el mundo, y las estrategias de comunicación utilizadas para abordarla han desempeñado un papel fundamental en la gestión de la situación y en su percepción pública.

Se ha hecho un gran esfuerzo por garantizar una comunicación efectiva y clara acerca de la evolución de la pandemia, las medidas de prevención y las recomendaciones sanitarias. Se han utilizado diferentes canales y formatos, como páginas web, redes sociales, boletines informativos y ruedas de prensa, para llegar a la mayor cantidad de personas posible. Además, se ha iterado en la importancia de la comunicación basada en la evidencia científica y la colaboración con expertos y profesionales sanitarios para ofrecer información clara, veraz y precisa acerca de la evolución de la pandemia y las medidas de prevención.

Las estrategias expuestas han sido fundamentales, pero su uso no ha estado exento de desafíos. La desinformación y la difusión de noticias falsas, rumores y teorías conspirativas han generado confusión en la sociedad. De esta forma, además de las medidas de alfabetización mediática, también se torna relevante que las instituciones implicadas puedan seguir trabajando en la mejora de la comunicación en situaciones de crisis sanitarias y en el fomento de procesos de verificación de la información.

Palabras clave: covid-19, crisis sanitaria, estrategias de comunicación, desinformación, comunicación efectiva.

LOS INFORMATIVOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA DURANTE LOS PERIODOS DE TRANSFORMACIÓN DE LA CURVA DE CONTAGIO

Isaac Maroto González. Universidade Santiago de Compostela, España
Talia Rodríguez Martelo. Universidad de Vigo, España
César Fiéiras Ceide. Universidade Santiago de Compostela, España

Este texto se ha elaborado en el marco del proyecto de I+D+i “Medios audiovisuales públicos ante el ecosistema de las plataformas: modelos de gestión y evaluación del valor público de referencia para España” (PID2021-122386OB-I00), del proyecto investigación FAKELOCAL: Mapa de la Desinformación en las Comunidades Autónomas y Entidades Locales de España y su Ecosistema Digital (Ref.PID2021-124293OB-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y la UE y de la Cátedra RTVE-USC sobre medios de servicio público en Europa.

Durante la reciente crisis sanitaria derivada de la covid-19, la desinformación ha sido uno de los mayores retos a los que se han enfrentado los medios de comunicación. La denominada infodemia ha supuesto una amenaza para la salud y el derecho a la información de una sociedad inmersa en una realidad devastadora. Esta investigación tiene como objetivo conocer qué tipo de contenidos y declaraciones se emplearon en los informativos de la televisión pública portuguesa y española en los periodos previos a los cambios en la curva de contagios que corresponden con la subida, la estabilización o la bajada de contagios durante la segunda y tercera ola de la covid-19. Y si estos datos se corresponden con los consejos emitidos por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

El estudio plantea una metodología mixta basada en análisis de contenido de una muestra intencional en las fechas donde se observan transformación en la evolución de los contagios. Para establecer la clasificación se plantea una tabla de análisis basada en los consejos de prevención de la OMS en donde figura con el tipo contenido informativo diferenciando entre las medidas de control, las cifras de pandemia, la información internacional, vacunas, alerta sanitaria, casos de éxito en la prevención y casos de fracaso en la prevención. Y por otro lado también se tiene en cuenta el tipo de declarante que expone la información diferenciando entre testimonios realizados desde las instituciones gubernamentales, los científicos, la población, los políticos, los profesionales de diferentes sectores y los profesionales sanitarios. En total se han codificado un total de 8 horas y 5 minutos de información dedicada a la covid-19 distribuida en 36 muestras intencionales que responden a los cambios de transformación de la curva.

Los resultados recogidos durante los procesos de transformación indican que en el caso español se manifiesta un predominio de testimonios de la población y en el caso portugués existe un aumento de declaraciones institucionales. Por su lado los contenidos que más destacan son en relación con la información sobre las medidas de control y la información internacional en torno a la covid-19. Durante los periodos que preceden una etapa de decrecimiento destaca un aumento de contenidos sobre las medidas de control. El periodo de vacunación muestra un predominio de declaraciones de profesionales sanitarios centrado en información sobre las vacunas.

Palabras clave: covid-19, televisión pública, informativos, infodemia, RTVE, RTP.

COMUNICACIÓN SANITARIA EN REDES SOCIALES: EL MINISTERIO DE SALUD CHILENO CONTRA LA VIRUELA SÍMICA

Claudia Montero Liberona. Pontificia Universidad Católica, Chile
Javier Abuín Penas. Universidade de Vigo, España

El virus de la viruela símica es una enfermedad con síntomas similares a la viruela, aunque menos graves. Si bien la viruela fue erradicada en 1980, la mpox continúa ocurriendo en países de África central y occidental. Desde mayo de 2022, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha notificado numerosos casos de países fuera de la región africana, haciendo que el 23 de julio de 2022, el Director General de la OMS declarase ese brote como emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII).

Ante una situación de crisis sanitaria, similar a la ocasionada previamente por la covid-19, los gobiernos deben dar respuesta a través de diferentes herramientas comunicativas para informar a la sociedad, combatir la desinformación sobre el virus y potenciar la vacunación en las personas que la precisen.

Este estudio pretende evaluar la comunicación llevada a cabo en redes sociales por el gobierno de Chile para informar de la situación y fomentar la vacunación. Para ello se han analizado todos los contenidos publicados por las cuentas oficiales del Ministerio de Salud del Gobierno de Chile en las redes sociales Facebook e Instagram. Para la extracción de los datos se utilizó la herramienta *Crowdtangle* y se analizaron la totalidad de los contenidos publicados a lo largo del año 2022 que hacen referencia a la viruela símica, analizando la respuesta de la audiencia en términos de interacción en función del tipo de contenido publicado.

Después de seleccionar de manera manual las publicaciones relacionadas con la viruela símica, se han analizado los diferentes tipos de contenido publicados por el Ministerio de Salud chileno en sus redes sociales siguiendo la clasificación propuesta por Pedersen *et al.* (2020), que categorizó el contenido en seis grupos: historias personales, historias de profesionales de la salud, publicaciones de hechos interesantes, participación de los usuarios o co-creación conjunta, noticias y/o eventos y, por último, apoyo a la vacuna.

Actualmente la investigación está en desarrollo y se pretende observar la relevancia de la campaña de vacunación de la viruela símica en las publicaciones del Gobierno de Chile, tanto en Facebook como en Instagram. Además, también se analizarán determinadas características de estas publicaciones en términos de formato y la respuesta de la audiencia ante esta nueva emergencia de salud mundial, lo que permitirá conocer la aceptación de la sociedad chilena ante esta vacuna y la efectividad de la propia campaña del Ministerio de Salud.

Palabras clave: redes sociales, comunicación sanitaria, Chile, viruela símica, crisis sanitaria.

TENDENCIA DEL 2020 AL 2021 DE LA SALUD MENTAL EN MUJERES DURANTE LA CONTINGENCIA COVID-19

Carolina Armenta-Hurtarte. Universidad Iberoamericana, México

La salud mental está considerada como un aspecto fundamental para el desarrollo del ser humano, ya que mantener un estado de bienestar mental permite hacer frente a los momentos de mayor estrés que se presentan a lo largo de la vida y permite desarrollar habilidades que pueden mejorar a la comunidad (OMS). No obstante, durante el confinamiento, la salud mental se vio afectada, ya que se presentaron aumentos en los índices de angustia y depresión mayores al 20% así como de estrés y miedo derivado de la incertidumbre y preocupación por padecer o contraer la enfermedad o por perder a un ser querido (como afirman autores como Brooks). La carga de balancear el cuidado de niñas, niños y otras personas dependientes, la enseñanza aunada con la realización del trabajo remunerado pueden provocar y exacerbar problemas de salud física y mental que aparecen más frecuentemente en las mujeres, sobre todo en contextos de poco acceso a recursos financieros y de salud para mitigarlos. Las mujeres suelen destinar sus recursos económicos, físicos y emocionales al bienestar de la familia, aumentando en tiempos de crisis. Por lo tanto, este estudio busca identificar si existe un cambio en la salud mental mediante la ansiedad percibida en mujeres entre los años 2020 y 2022 en quienes son cuidadoras de menores de 12 años y tienen una actividad profesional remunerada.

Palabras clave: salud mental, covid-19, mujeres, ansiedad, comunicación.

LA COMUNICACIÓN DE LA CRISIS DEL ÓMICRON EN EL ÚLTIMO AÑO DE BOLSONARO EN BRASIL

Rafael Barberá. ESIC University, España

La comunicación de crisis en el ámbito de la salud, con el paso de los años, ha tenido una notable relevancia a nivel global. Las epidemias que ha habido en diferentes regiones han llevado a que los investigadores pusieran el foco en esta área para abordar la realidad de la comunicación en estas situaciones y buscar soluciones para mejorarla. Y, desde 2020, con la aparición de la pandemia provocada por el coronavirus o covid-19 el interés de los estudiosos en comunicación de crisis sanitarias se ha multiplicado con distintos enfoques y perspectivas.

El objeto de esta ponencia es analizar la repercusión de la variante Ómicron en Brasil. Se elige este país porque ha sido uno de los que ha tenido, desde el punto de vista de la opinión pública, un comportamiento más controvertido bajo la presidencia de Jair Bolsonaro. Además, se analizarán los datos de 2022 porque fue el último año de su mandato.

Fue el 26 de noviembre de 2021 cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) consideró que esta variante Ómicron era preocupante porque presentaba “varias mutaciones que podrían afectar a las características del virus, por ejemplo, la facilidad para propagarse o la gravedad de los síntomas que causa”. En esa fecha comienza el marco temporal del trabajo y finaliza un año después, el 26 de noviembre de 2022, fecha que prácticamente coincide con la salida de Bolsonaro de la presidencia de Brasil.

En este estudio se analizan cuáles son las tendencias en Brasil de las palabras más empleadas sobre esta variante por los distintos actores entre los que sobresalen los expertos, los analistas y los periodistas. Términos como, por ejemplo, ‘Ómicron’, ‘vacuna’, ‘covid-19’, ‘pandemia’ o ‘muerte’, entre otros, que serán extraídos de la página web del Ministerio de Salud brasileño y que serán analizados con los informes indicados por *Google Trends*, una herramienta que organiza los datos reales de las búsquedas de Google.

Estos datos están anonimizados, categorizados y agrupados por tema, región y periodo de tiempo. De esta manera se podrá observar lo que es de interés para la población brasileña sobre este tema.

Palabras clave: covid-19, Brasil, salud, Ómicron, comunicación de crisis.

MEDIOS DIGITALES Y LA INFORMACIÓN: COVID-19, ECUADOR

Eliza Bayas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Álvaro Jiménez. Universidad de Valladolid, España

Mariela Gómez. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

En el año 2020, la presencia de un virus en China reconfiguró de una diferente manera los roles e intereses mediáticos, lo que supuso un reto para los medios la creación de información clara, confiable y con fuentes fiables.

El presente trabajo estudia el manejo informativo de la covid-19 en los medios digitales: MetroEcuador, El telégrafo y el Comercio de Ecuador.

Los objetivos de la investigación son:

- Analizar los géneros periodísticos que tuvieron mayor relevancia durante la covid-19 y su análisis con respecto a la información publicada.
- Identificar como se manejó la información en estos medios digitales.
- Conocer el empleo de fuentes y el valor psicológico de la información emitida.

Los resultados evidencian la existencia homogénea de un género periodístico, se advierte un interés por las fuentes oficiales, y los temas de mayor relevancia aparecen en las portadas de los medios con ciertas características en titulares y cuerpo.

Existe una presencia diferenciada de valencia en los medios estudiados. Además, con los resultados se demuestra que los medios no mantuvieron un manejo equitativo de fuentes con aquellos actores importantes en el manejo de la comunicación de riesgos, como son médicos y expertos, polarizando en cierta forma las fuentes.

Palabras clave: covid-19, géneros periodísticos, medios digitales, Ecuador, manejo informativo.

Nuevas tendencias en comunicación y Salud

INNOVACIÓN EDUCATIVA COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN CUIDADOS PALIATIVOS: RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN PILOTO

Ana Paula Salas Moreira. ATLANTES Global Observatory of Palliative Care, ICS, UNAV, España
Beatriz Gómez Baceiredo. UNAV, España

Los cuidados paliativos son una disciplina médica poco entendida por la sociedad. Esto se debe, entre otras cosas, a que han sido retratados de forma incorrecta por los medios de comunicación. Dadas estas dificultades, se diseñó una asignatura universitaria para estudiantes ajenos al sector salud como herramienta de comunicación alternativa para llegar a la sociedad. La asignatura incluye cuatro módulos innovadores de aprendizaje: Participantes del cuidar, Teoría el cuidar, Conexión al campo y Comunicar los cuidados paliativos. Los módulos usan dinámicas de gamificación, testimonios, casos prácticos y seminarios de retórica.

La asignatura crea un circuito de transferencia de conocimiento que da a los estudiantes la motivación y herramientas necesarias para retransmitir lo aprendido, y convertirlos en embajadores de cuidados paliativos. Consideramos embajador a un estudiante que entiende el tema, tiene una actitud positiva sobre el problema social, es capaz de comunicar lo aprendido, y retiene el aprendizaje después de la asignatura. Esta investigación tiene como objetivo evaluar la creación de embajadores.

Se trata de un estudio a tres años que permite observar el desarrollo de los estudiantes e introducir mejoras antes de volver a lanzar la intervención. Durante este periodo, se plantearon dos ciclos de intervención con cuatro recogidas de datos cada uno (antes, durante y después de la asignatura, y cinco meses tras el cierre). Usamos métodos mixtos para la recogida de datos. Para evaluar conocimiento y actitudes, utilizamos un cuestionario y una escala TECA. La capacidad de comunicación y la retención del aprendizaje se evaluaron con grupos de discusión, entrevistas en profundidad, y analizando el material de clase. Trabajamos con técnicas de análisis temático de contenido y análisis de marco. El estudio piloto tuvo lugar de enero a abril de 2022 con una muestra de 29 estudiantes de las facultades de Arquitectura, de Ciencias Económicas y Empresariales, y de Educación y Psicología, matriculados en la asignatura en agosto del 2021.

Los materiales analizados muestran que los estudiantes entendieron qué son los cuidados paliativos y desarrollaron una actitud positiva sobre el problema social al finalizar la asignatura. Las entrevistas muestran indicios de que los estudiantes han retransmitido lo aprendido a sus círculos cercanos.

La asignatura como herramienta de comunicación parece ser capaz de crear embajadores de cuidados paliativos. Los estudiantes adquirieron una base sólida de conocimiento y una actitud positiva sobre el tema. Además, en los meses posteriores a la asignatura, algunos de ellos sintieron la confianza y motivación para difundir el mensaje a otros estudiantes, amigos y familiares. Es necesario investigar más sobre la frecuencia y la efectividad de la retransmisión del mensaje.

Palabras clave: innovación educativa, estrategia de comunicación, cuidados paliativos, confianza, motivación.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN SALUD CON IMPACTO EN LAS REDES SOCIALES

Analía Coronel. Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner.
Buenos Aires, Argentina

En 1995 la aparición de las redes sociales cambió la forma de comunicarnos. Las personas interactúan eliminando las barreras. En el planeta somos 7.800 millones de seres humanos, en el mundo digital hay más de 10.600 millones de usuarios. Sin contar China, que tiene redes y plataformas propias.

El papa Francisco, un hombre de casi 90 años, líder de una institución de 2mil años, comprende el fenómeno, tiene Twitter; entiende la trascendencia de la humanización de la atención en el mundo digital. Las redes son el territorio digital que la comunicación en salud debe conquistar. La forma de controlar el contenido de las redes sociales demanda una estrategia comunicacional. La tendencia es crear una estrategia de contenidos.

Los objetivos son evidenciar el impacto de la comunicación en salud para, evidenciar la importancia de contar una estrategia de contenidos, acompañar e informar a los diferentes públicos con estrategia personalizada en masa, entender la inmediatez de la comunicación y esclarecer la gestión de un hospital público a partir de un esquema transparente, huyendo de las opacidades que a veces supone el sistema.

Cuando se analizan los datos de las redes sociales, es posible hacerlo con la configuración del análisis de los datos convencionales. En el análisis de redes con la Metodología Análisis de Redes Sociales (ARS), se pueden observar las estructuras de conexiones donde el actor se encuentra involucrado. Los actores se describen a través de sus relaciones, no de sus atributos. Y las relaciones en sí mismas son tan fundamentales como los actores que se conectan a través de ellas (Hanneman, Univ. de California Riverside).

El análisis de datos se hizo en cortes semestrales y anuales 2020, con el propósito de describir y analizar las relaciones entre las variables estudiadas en diferentes redes.

Una organización debe tener voz, y solo se puede comunicar de manera efectiva con el diseño de una estrategia. La comunicación en salud 3.0 basada en valores, una comunicación humanizada, se enfoca en las necesidades y motivaciones de las personas, hablamos de comunicación co-creada.

Desde febrero a junio de 2020, aún con el auge pandémico de la digitalización se observó un bajo crecimiento e interacción de seguidores: Facebook menor a 50K. Y a partir de julio de 2020, con un cambio de estrategia 3.0 se obtuvo un crecimiento exponencial de seguidores del 58.47 % llegando a 68K. Hoy contamos con 79 mil seguidores, la interacción con las publicaciones es de 79.989. Las interacciones con el contenido de las redes sociales son 15,6 mil y el contenido estándar de redes sociales para meta cuenta con 8 mil interacciones.

Una organización de salud comprometida no se posiciona en la Responsabilidad Social Institucional (RSI), sino que busca una experiencia de tipo emocional. Pasa de un abordaje centrado en pacientes, para uno centrado en el ser humano-en la persona.

Palabras clave: comunicación en salud, comunicación interdisciplinaria, estrategias de salud, redes sociales, humanización de la atención.

INFLUENCIA DE INSTAGRAM EN EL CONOCIMIENTO Y CONFIANZA DE LAS MUJERES SOBRE LA VERSIÓN CEFÁLICA EXTERNA

Carlos S. Piñel Pérez. Hospital Quirónsalud San José. Universidad Europea. Madrid, España
María José Gómez-Roso Jareño. Hospital Quirónsalud San José. Universidad Europea. Madrid, España

La versión cefálica externa (VCE) es el procedimiento obstétrico para transformar una presentación podálica (de nalgas) en una presentación cefálica al final del embarazo más favorable de cara al parto. Es la opción de elección ante una presentación podálica a término, avalada por las principales sociedades científicas. Sin embargo, se trata de un procedimiento muy desconocido entre las mujeres, que en muchas ocasiones eligen una cesárea programada por desconfianza en la eficacia o seguridad de la técnica.

El objetivo de este trabajo es evaluar si la información sobre VCE de una cuenta específica divulgativa de Instagram aumenta el conocimiento de las mujeres sobre la VCE y su confianza en la técnica.

La metodología versa en un estudio transversal con dos grupos de estudio. Grupo 1: Mujeres seguidoras de la citada cuenta de Instagram. Grupo 2: Mujeres no seguidoras (procedentes de las consultas de Obstetricia y Ginecología de nuestro centro). El perfil de Instagram está creado por dos ginecólogos responsables de la totalidad del contenido de la cuenta. Los contenidos sobre VCE son vídeos reales de edición propia alojados en el propio perfil de Instagram y *Stories*, en las que se comentan casos reales y se enlazan los vídeos. Se les administró a ambos grupos un cuestionario de conocimiento y actitud frente la VCE.

Participaron 161 mujeres en el grupo 1 y 200 mujeres en el grupo 2. Ambos grupos fueron comparables excepto por el nivel educativo, habiendo más mujeres con estudios universitarios en el Grupo 1 (95,65%) que en el Grupo 2 (82,5%) ($p < 0,05$). Aun controlando por este factor, se observó como las seguidoras de la cuenta de Instagram tenían mayor conocimiento de la VCE que las mujeres del grupo control ($p < 0,05$). En el Grupo 1 más porcentaje de mujeres consideran la técnica segura para el feto ($p < 0,05$). Dentro de las mujeres con estudios universitarios, también las seguidoras de la cuenta demostraron mayor confianza en la eficacia de la técnica ($p < 0,05$) y en la seguridad materna ($p < 0,05$); diferencia que no se constató en las mujeres con estudios no universitarios ($p > 0,05$).

El 66,22% de las seguidoras refirió conocer la VCE por medio de la cuenta de Instagram y para el 59,18% es el único medio por el que habían oído hablar de la técnica. El 94,38% consideró que la cuenta les ha servido para conocer mejor el procedimiento.

Se concluye que la divulgación de contenido en Instagram puede aumentar el conocimiento de las mujeres sobre la VCE y su confianza en la técnica.

Palabras clave: versión cefálica externa, Instagram, conocimiento, divulgación, confianza.

TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA MEJORA DE LA AUTOGESTIÓN DE LA SALUD: DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Lorena López Font. Universidad Jaume I de Castellón, España
Mónica Deza Pulido. Universidad Jaume I de Castellón, España

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha avisado de la importancia de conseguir cambios en nuestro estilo de vida a nivel global. Simplemente modificando algunos hábitos, rutinas y comportamientos podríamos haber reducido en un 25% las muertes prematuras.

A lo largo de la historia de la Humanidad la comunicación ha demostrado ser una herramienta sumamente poderosa en el desarrollo de la salud y el bienestar social. Tal y como ya afirmó Marshall McLuhan en 1967 “un medio moldea lo que vemos y cómo lo vemos, como individuos y como sociedad. Los efectos de la tecnología no se dan solo en el nivel de las opiniones, sino que alteran nuestros patrones de percepción continuamente, los medios no son solo canales de información. Proporcionan la materia del pensamiento, pero también modelan el proceso de pensamiento”.

Casi 50 años más tarde, Pascal Leone en Harvard demostró que los estímulos comunicacionales, especialmente los audiovisuales, son los más poderosos para cambiar el comportamiento y el pensamiento de un individuo.

Adicionalmente, el desarrollo de la tecnología ha aumentado el poder y velocidad de amplificación y democratización de la difusión, opinión y evolución de la información. La conversación en redes sociales es hoy a nivel global imparabile y su impacto social constante.

En este contexto esta investigación parte de la siguiente hipótesis: en sectores como la salud, la percepción del riesgo vital del individuo aumenta exponencialmente bajo el efecto de una mala gestión de la información y una “no gestión” de las emociones del paciente.

A través de la observación, recopilación y análisis de los principales hitos globales contemporáneos vinculados con la salud como la crisis sanitaria mundial de la covid-19, la muerte de 17,7 millones de personas al año por enfermedades cardiovasculares, los millones de jóvenes afectados con problemas de salud mental, el envejecimiento de la población occidental o el casi colapso del sistema de salud pública actual; se concluye con alrededor de 11 tendencias sobre Salud y Comunicación que nos llevan a discutir sobre la importancia de la tecnología, la digitalización y la inteligencia artificial en la autogestión de la salud de los pacientes.

Palabras clave: tecnología y salud, estímulo comunicacional, estímulo audiovisual, digitalización, experiencia paciente.

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL ENTORNO DE LA *SILVER ECONOMY* PARA LA MEJORA DE LAS DISCAPACIDADES FRUTO DEL ENVEJECIMIENTO

Eva Muñoz Paniagua. Universidad Complutense de Madrid, España

Las brechas digitales afectan a un elevado número de personas mayores con discapacidad. En este sentido, y en el marco de la llamada *silver economy*, se está desarrollando a nivel global todo un proceso de innovación que reflexiona acerca de cómo las nuevas tecnologías pueden ayudar a las personas mayores a llevar una vida digna. Para ello, se realiza un exhaustivo análisis de la literatura científica sobre la importancia de la innovación tecnológica con el fin de buscar soluciones que permitan a las personas mayores enfrentarse a nuevos aprendizajes, cambios, pérdidas, reorganizaciones y ajustes que afectan a sus actividades, roles y relaciones sociales y culturales.

La realidad descrita potencia la importancia de la *silver economy*, que engloba una amplia gama de conceptos y campos de interés, vinculados con los desafíos y las oportunidades que plantea el envejecimiento. Ante esta problemática, el objetivo general de esta investigación es conocer las posibilidades que ofrecen la innovación tecnológica y la digitalización en el marco de la *silver economy* para mejorar la calidad de vida de las personas mayores con discapacidad. Para alcanzar esta meta, se requieren conseguir dos objetivos específicos (OE):

OE1. Profundizar en el concepto de *silver economy* y la aportación de las TIC para la implementación de sus políticas.

OE2. Explorar los planteamientos de innovación y transformación digital que pueden impulsar acciones sociales- económicas y mitigar los efectos discapacitantes del envejecimiento.

Dentro de este enfoque, la innovación cobra una importancia vital para atender a las necesidades de los *seniors*. Pero, en esta línea reflexiva sobre el apoyo que las tecnologías pueden prestar a los mayores con discapacidad, la existencia de brechas digitales que afectan a este colectivo requiere un cambio de paradigma. Los resultados apuntan a que la adaptación de las TIC puede suponer desafíos que permitan reducir los obstáculos para los *seniors* con discapacidades vinculadas a su momento vital.

Los resultados obtenidos de la investigación realizada han permitido alcanzar los objetivos planteados, facilitando las siguientes conclusiones:

- El concepto de *silver economy* es fruto de la evolución orgánica poblacional, siendo una fuente de oportunidades y un desafío en el crecimiento económico.
- Los modelos socio-económicos para garantizar la calidad de vida de los adultos mayores deben facilitar su participación en la sociedad. Para ello, es preciso la colaboración de los *seniors* permitiendo la implementación de políticas apoyadas en innovaciones tecnológicas capaces de mitigar los efectos discapacitantes del envejecimiento.

Palabras clave: brecha digital, *silver economy*, *seniors*, efecto discapacitante, envejecimiento.

DEBATE CIENTÍFICO-SOCIAL SOBRE LA FINANCIACIÓN DE SYSADOA EN OSTEOARTRITIS

Pedro Alfonso Domínguez-Vera. Universidad de Sevilla, España

El tratamiento farmacológico de la osteoartritis (OA) a través de los llamados fármacos de acción lenta o SYSADOA ha sido fuente de debate en la comunidad científica y entidades públicas en los últimos años. En España, medios de comunicación y organizaciones de pacientes se han hecho eco de los intentos de desfinanciación por parte del ministerio de Sanidad. Actualmente el proceso se encuentra en vías judiciales, provocando un debate social sobre el futuro uso y efecto socioeconómicos de esta resolución.

El presente estudio pretende analizar de manera cualitativa y cuantitativa la controversia en el uso y la financiación de los fármacos SYSADOA en España. Así como, describir las principales posiciones de entidades pública, sociedades profesionales y organizaciones de pacientes.

Se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo del contenido respecto al uso y financiación de SYSADOA en artículos publicados en medios generalistas (El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC y 20minutos), publicaciones en medios digitales, comunicados de organismos públicos y publicaciones en la red social Twitter. Además, se realizó una entrevista a un representante de la Fundación Internacional de Osteoartritis (OAFI).

Se identificaron un total de 15 artículos en medios generalistas, 872 tweets y 7 comunicados de organismos públicos. Se realizó la transcripción de la entrevista, obteniéndose los postulados más relevantes respecto al posicionamiento de la OAFI frente a la desfinanciación de SYSADOA en España. En su mayoría, medios de comunicación (91%), redes sociales (78%) y organizaciones de pacientes mostraron una tendencia a favor de la financiación por parte del Sistema Nacional de Salud (SNS). Se realizó una representación gráfica y análisis sobre la cronología sobre del proceso de financiación de SYSADOA en España.

El uso de SYSADOA en pacientes con OA sigue presentando controversia en la comunidad científica, principalmente sobre el uso más adecuado entre los diferentes perfiles de pacientes. Sin embargo, frente a esta controversia entre profesionales sanitarios, existe consenso entre las fundaciones y asociaciones de pacientes, que junto con algunas sociedades científicas mantienen la postura a favor de la financiación pública y el uso como tratamiento en pacientes de OA.

Palabras clave: SYSADOA, comunicación en salud, osteoartritis, tratamiento, financiación en salud.

DIVULGACIÓN ESPECIALIZADA DE INFORMACIÓN MÉDICA EN COMUNIDADES DE REDES SOCIALES. EL CASO DE #SOME4SURGERY

Sara A. Pedraz. Universidad Complutense de Madrid, España

Desde la irrupción de los medios sociales, éstos se han convertido en un canal fundamental para los profesionales sanitarios en actividades como la divulgación o la comunicación científica. Y entre todas las especialidades médicas, han sido los profesionales de las especialidades quirúrgicas los que han destacado por el uso temprano de los medios sociales, y han puesto en marcha y mantenido iniciativas pioneras como la generación de comunidades en torno a revistas especializadas, la colaboración abierta en investigación o la difusión de reivindicaciones profesionales.

Por tanto, existe un interés creciente de este canal porque los medios sociales les han permitido explorar nuevas formas de conexión profesional, de forma descentralizada y no jerárquica. En el caso de la red social #SoMe4Surgery, su irrupción en Twitter desde 2018 ha permitido la conexión de profesionales conectados por el ámbito quirúrgico. Esta propuesta pretende analizar la red a partir de un proceso de *scraping* de la misma desde julio de 2018 para desvelar las formas de relación y las tipologías de conexiones generadas, con un estudio del uso del discurso y las categorías comunicativas utilizadas, que permita entender las correlaciones existentes.

Esta propuesta de comunicación intenta responder a las siguientes preguntas:

1. En la difusión médica especializada en redes sociales, y en concreto en el caso de la red social #SoMe4Surgery, ¿cómo se articulan las relaciones entre los miembros de la comunidad?
2. ¿Existen variables de interrelación entre pares que activan o inhiben la participación de los miembros?
3. ¿Son compartidos los usos y modos de interrelación en la red social entre sus miembros?

Se realizará el análisis partiendo de la Teoría de Grafos y describiendo los actores y las conexiones entre ellos, así como diferencias en el tamaño de los grupos o subgrupos y en cómo todos ellos están conectados, para entender las diferencias entre estas variables, así como la estratificación de la red.

A pesar de que las redes sociales son dispositivos sociológicos que no operan en aislamiento, el objeto de estudio está limitado a la red primaria de Twitter representada por el *hashtag* #SoMe4Surgery.

Palabras clave: redes sociales, Twitter, cirugía, especialidades médicas, divulgación especializada.

Periodismo especializado en Salud

LA UTILIZACIÓN DEL PODCAST EN LOS CIBERMEDIOS ESPAÑOLES ESPECIALIZADOS EN SALUD

David Parra Valcarce. Universidad Complutense de Madrid, España
María Rosario Onieva Mallero. Universidad Complutense de Madrid, España

La noción de web 2.0 conlleva la conversión del consumidor en prosumidor, sienta las bases para el surgimiento y expansión de fenómenos como las aplicaciones web de naturaleza híbrida o los servicios de sindicación de contenidos y facilita la entrada en un entorno disruptivo estrechamente relacionado con la transformación digital.

Concebido como la combinación de los términos iPod y *broadcasting*, el podcast se identifica en sus comienzos con una mera herramienta comunicativa que permite la producción de contenidos de naturaleza radiofónica y su ulterior distribución mediante suscripción a través de internet. Aunque experiencias de tal naturaleza ya eran llevadas a cabo desde los años noventa por emisoras estadounidenses especializadas en música pop mediante el empleo de servicios de sindicación de contenidos RSS, en un intento por acceder a segmentos de población poco proclives a escuchar sus contenidos a través de los procedimientos habituales, su evolución diacrónica atraviesa cuatro etapas principales: experimental, desde finales del siglo XX a 2005; de consolidación, entre 2006 y 2009; multimedia, de 2010 a 2013; y de eclosión, a partir de 2014 y en la que hoy en día nos encontramos.

Este trabajo tiene como objetivo analizar de qué manera los principales cibermedios españoles especializados en salud están apostando por la tecnología de *podcasting* como instrumento estratégico para consolidar su relación con sus usuarios habituales y al mismo tiempo acceder a nuevos segmentos poblacionales, generalmente identificados con grupos de usuarios más jóvenes, a los que hasta el momento tienen dificultades para interrelacionarse. En primer lugar, se han seleccionado seis cibermedios especializados considerados de referencia dentro del sector español de la salud: Diario Médico, Redacción Médica, Gaceta Médica, Con Salud, Diario Sanitario y Espacio Sanitario.

A continuación, se han examinado los diversos podcasts que cada uno de estos medios genera y soporta en sus respectivas páginas web. La ficha de estudio incluye los siguientes aspectos: denominación, breve descripción, URL, plataformas adicionales en las que se encuentra disponible, fecha de creación, periodicidad promedio, duración media estimada y estructura de contenidos.

Como criterios para la selección de cada uno de estos podcasts se han tenido en cuenta los siguientes: estar concebidos expresamente para este formato, continuar operativos en la fecha de cierre de la presente investigación y contar con al menos cinco episodios difundidos.

Palabras clave: podcast, cibermedios, salud, medios, páginas web.

PERIODISMO EN SALUD: LA MEDIACIÓN ENTRE EL DISCURSO MÉDICO Y LA COMUNIDAD

Patricia Lorena Zarratea. Hospital de Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner.
Buenos Aires, Argentina

Reconocemos la importancia de la divulgación de los temas de salud hacia la opinión pública. Las personas se interesan cada vez más por tener más información sobre patologías y enfermedades que los aquejan en algún momento de sus vidas.

El ejercicio del periodismo en salud se enfrenta al desafío de crear piezas comunicativas, ya sean escritas, radiales o audiovisuales, y esos contenidos deben ser analíticos, explicativos, sintéticos, adecuados al contexto y de interés. Si bien en los ámbitos sanitarios existen una multiplicidad de temas, el profesional de la comunicación debe desarrollar el arte de acercar estos contenidos complejos, buscando atrapar a la audiencia y garantizando la información oportuna, veraz y accesible.

Quince años de trabajo como periodistas en el área de comunicación social del Hospital Alta Complejidad en Red El Cruce de Buenos Aires, Argentina; nos permiten reafirmar nuestra hipótesis de trabajo: la complementariedad de nuestro rol al mundo sanitario.

Se plantean los objetivos siguientes: 1. Evidenciar el impacto del periodismo de salud para el ámbito sanitario y para las personas de la comunidad. 2. Saber analizar y crear contenidos basados en realidades con significación simbólica para su divulgación. 3. Demostrar que la comunidad se convierte en un sujeto activo con la apropiación de los temas de salud. 4. Transparentar la gestión en un hospital público.

Desde el área de comunicación social desplegamos las herramientas periodísticas con el fin único de comunicar lo que se hace: entrevistas, gacetillas, notas, conferencias de prensa y relatos en primera persona. Las incumbencias periodísticas enmarcadas en el organigrama hospitalario desde el área de comunicación social pasan a formar parte del equipo de salud no asistencial estratégico.

La importancia del periodismo en salud no cobrará una dimensión adecuada hasta que no se produzca una mayor implicación por parte de los profesionales que dirigen instituciones y organismos del sector.

Las organizaciones de salud están compuestas por personal sanitario sin capacitación profesional en comunicación. De allí la importancia de contar con áreas y periodistas en salud que facilite el acceso a información analizada, necesaria, chequeada y comprensible para que las personas tomen decisiones libres y bien informadas.

El advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación global, el auge de las redes sociales provocó un cimbronazo en el trabajo periodístico en salud. Hubo que repensar la forma de comunicar a los diferentes públicos y gobernar la instantaneidad reinante; sin dejar de verificar la información para resguardar la confiabilidad del mensaje. Divulgar lo que hace una organización de salud muchas veces puede colaborar en salvar una vida. Sin dudas un periodista es parte estratégica del equipo de salud.

Palabras clave: investigación, comunicación interdisciplinaria, salud, estrategias, ética.

COMUNICACIÓN EN SALUD: OSTEOARTRITIS Y LOS MEDIOS GENERALISTAS EN ESPAÑA

Pedro Alfonso Domínguez-Vera. Universidad de Sevilla, España

La Osteoartritis (OA) es una de las principales causas de discapacidad en personas mayores. La OA tiene un gran impacto socioeconómico en la sanidad pública. Debido a la cronicidad y a la dificultad de encontrar tratamientos efectivos hacen que las personas con OA, busquen información en medios de comunicación con el fin de obtener ayuda para comprender qué les sucede y qué pueden hacer para mejorar su salud.

Este estudio pretende describir y evaluar las informaciones sobre el diagnóstico y recomendaciones sobre tratamientos de la OA publicadas en los medios generalistas españoles. Así como analizar la calidad de las recomendaciones y las fuentes que aparecen en los medios respecto a la evidencia científica actual.

La metodología se basó en una búsqueda en 5 periódicos generalistas de España (El País, El Mundo, La Vanguardia, 20minutos y ABC) a través de la herramienta bibliográfica *MyNews* y hemerotecas digitales. Se llevó a cabo un análisis comparativo de la calidad de las recomendaciones mediante la actualización más reciente de la guía clínica del *National Institute for Health and Care Excellence* (NICE).

Se incluyeron un total de 67 artículos. El 94,1% de los artículos que definían a la OA, lo hacían mediante una etiología exclusivamente causal a la degeneración del cartílago articular. Las 3 recomendaciones de tratamiento más frecuentes fueron: 47,6% tratamiento farmacológico, 28,3% cambios en hábitos de vida y 27% la realización de actividad física. Respecto al análisis comparativo de la calidad se obtuvo una puntuación media global de 3,65 puntos de 7,63 posibles. El 52,2% de las fuentes utilizadas se basaron en profesionales sanitarios especialistas en la materia.

La mayoría de los artículos publicados en prensa realizaron una definición de la OA desactualizada, mecanicista y centrada en el desgaste del cartílago como único factor causal de padecer la enfermedad. Las recomendaciones presentaron un bajo nivel de concordancia con la evidencia científica. La inclusión de estudios científicos actuales como fuente de información y el contraste de las recomendaciones se hace necesario ante la importancia de este medio de comunicación entre los pacientes con OA.

Palabras clave: osteoartritis, comunicación en salud, recomendaciones, prensa, tratamiento.

EVOLUCIÓN DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL AUTISMO EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA

Eva Matarín Rodríguez-Peral. Universidad Rey Juan Carlos, España
Tomás Gómez Franco. Universidad Francisco de Vitoria, España
María Julieta Hough. Universidad Rey Juan Carlos, España

Se estima que en Europa cerca de 3,3 millones de personas con un trastorno del espectro autista (Confederación Autismo España, 2020), observándose en la última década un aumento significativo en el número de personas diagnosticadas, con una prevalencia de alrededor del 1%-1,5%.

Los medios de comunicación ejercen influencia sobre la opinión pública de sus audiencias, lo que hace relevante analizar la inclusión informativa que se hace acerca del trastorno del espectro autista desde la televisión pública en España.

Este es un estudio de caso de la información transmitida por Televisión Española sobre el autismo en el Telediario de La 1. El objetivo es conocer la cobertura informativa ofrecida sobre el autismo durante el primer año de pandemia de la covid-19.

Se ha seleccionado como medio de análisis la televisión debido a que es el medio más seguido por la audiencia (78,5%) (después del uso de internet). La 1 de TVE es el canal público con un mayor consumo de minutos por parte del público, teniendo un consumo de 10,6 minutos por telespectador al día (EGM, 2022).

Se ha recopilado la información emitida en los telediarios a lo largo de casi 10 años, desde enero del año 2014 hasta el 6 de abril del año 2023. Se ha considerado que este espacio temporal propicia conocer la evolución en el tratamiento dado al autismo incluyendo como fecha final los días posteriores al día mundial del autismo (2 de abril). Además, con este criterio de temporalidad, al incluirse todos los meses del año se evita un posible sesgo en la selección de la información.

En este estudio se realiza un análisis de contenido 4 ejes: temático; terminológico; duración; temporalidad; fuentes de referencia utilizadas.

Para elaborar el corpus de análisis se ha seleccionado la información emitida en los telediarios de las 15h y a las 21h. Para acceder a la información se utiliza la base de datos Verba Volant facilitada por la Fundación Ciudadana Civio y se filtra la búsqueda por las palabras clave: autismo, autista, asperger, TEA.

Los resultados muestran la escasa inclusión de las personas autistas como fuentes de información en las noticias, así como el tratamiento realizado sobre este tema y los principales ejes temáticos con los que se vincula el autismo.

Palabras clave: televisión pública, autismo, información, opinión pública, audiencias.

Adicciones y adicciones comportamentales

EL DISCURSO DEL CANNABIS EN INTERNET Y SU INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DEL RIESGO EN LOS JÓVENES

Paloma Piqueiras-Conlledo. Universidad Complutense de Madrid, España
Luz Martínez-Martínez. Universidad Complutense de Madrid, España
Victoria Cuesta Díaz. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

El Cannabis es la tercera sustancia psicoactiva más consumida entre los jóvenes, sólo por detrás del alcohol y del tabaco, suponiendo un problema importante de salud pública. El inicio del consumo se sitúa en torno a los 15 años y casi un tercio de los menores de 18 años reconoce haberla probado alguna vez en su vida. De entre ellos, casi el 2% se declara consumidor diario y un 15% la consume mensualmente. Las consecuencias sanitarias del consumo son claras, ya que el Sistema Nervioso Central (SNC) sufre en las etapas más importantes del desarrollo de los jóvenes. Las consecuencias sociales también son alarmantes, en 2019, 14.202 personas iniciaron tratamiento por abuso o dependencia a cannabis. Además, el consumo de esta sustancia es el segundo motivo de tratamiento en población general por consumo de drogas ilegales, detrás de la cocaína, y el primero entre los menores de edad.

La contundencia de estos datos permite hipotetizar que, actualmente, existe una aparente normalización del consumo de Cannabis entre el público más joven. Partiendo de esta base, la presente investigación se pregunta si Internet y las redes sociales han podido alterar el discurso sobre los efectos del Cannabis y, por ende, contribuir a la disminución de la percepción del riesgo para la salud de esta sustancia ilegal.

Esta investigación persigue varios objetivos: 1) estudiar el tipo de consumo del cannabis y motivaciones de los jóvenes, 2) analizar la percepción de riesgo asociado al consumo de Cannabis por el público objetivo y 3) estudiar las vías de información por la que los jóvenes reciben información sobre el Cannabis. Para ello se realizó una encuesta realizada a 200 sujetos con edades comprendidas entre los 18 y 25 años. Los resultados obtenidos mostraron que el consumo de Cannabis se asocia, mayoritariamente, a un acto de diversión. Que a pesar de que el Cannabis es considerado una droga, su consumo es percibido por los jóvenes encuestados como menos perjudicial que el consumo de tabaco y que la muestra reconoce, mayoritariamente, que casi no dispone de información sobre los efectos del consumo. Los resultados muestran una clara normalización del consumo del Cannabis sobre todo en entornos sociales y una carencia de vías de información especializadas y de campañas de prevención que ofrezcan información útil y atractiva a los jóvenes.

Palabras clave: salud, cannabis, drogas, adicción, comunicación.

PHUBBING Y MALESTAR PSICOLÓGICO RELACIÓN ENTRE LA ADICCIÓN A LOS TELÉFONOS MÓVILES Y LA PRESENCIA DE SOMATIZACIÓN, ANSIEDAD Y DEPRESIÓN EN JÓVENES UNIVERSITARIOS

Elena Sorribes. Universitat de Barcelona, España
Vicente Villalba Palacín. Universitat de Barcelona, España

En los últimos años se ha incrementado notablemente la conducta de ignorar a otras personas durante una interacción social por el uso del teléfono móvil, conocido con el término de *phubbing*.

El objetivo de este estudio es analizar la relación entre el uso excesivo del teléfono móvil (*phubbing*) y el bienestar psicológico en estudiantes universitarios

El estudio se ha focalizado en una muestra de 617 estudiantes universitarios de 5 facultades diferentes: Información y documentación, Educación, Geografía e Historia, Bellas Artes, ESCAC y Psicología. Todas ellas pertenecientes a la Universitat de Barcelona. Cuestionarios: *Brief Symptom Inventory* (BSI-18).

Resultados: El 81% de la muestra son mujeres, de entre 17 y 56 años, con una media de edad de 22 años (SD=4.8). La nota media académica es de 7.5 (SD=0.8) y el 48% son de primer ciclo de carrera. El 38% presenta síntomas de somatización, el 26% presenta síntomas de ansiedad, y el 42% presenta síntomas de depresión. Los resultados muestran una tendencia elevada en las puntuaciones obtenidas entre el uso excesivo del teléfono móvil y las variables de somatización ($r=.157$, $p<0.001$), ansiedad ($r=.247$, $p<0.001$) y depresión ($r=.212$, $p<0.001$).

Si bien es cierto que todavía tenemos poca información del fenómeno *phubbing*, no cabe duda de que es una línea de trabajo que tendrá una gran relevancia para explicar determinados comportamientos en los jóvenes e implicaciones desde el punto de vista psicológico, social y educativo.

Palabras clave: ansiedad, *Phubbing*, interferencia en la comunicación, adicción al móvil, malestar psicológico.

TEORÍA DE LA VIRALIZACIÓN EN REDES SOCIALES Y ESCUCHA SOCIAL CONTRA LAS NOTICIAS FALSAS SOBRE DROGAS

Déborah Fernández Muñoz. Wunderman Thompson, España

El objetivo de esta investigación es averiguar cómo funcionan las redes prodroga y acercarnos a una manera de combatirlo de forma sistemática.

Para ello, utilizamos una doble metodología: análisis de escucha social para extraer *insights* y análisis de grafos en la conversación, ya que la viralización de las noticias falsas sobre drogas funciona como un virus y se puede estudiar con las teorías de la epidemiología de los rumores.

Las hipótesis principales se basan en que a las redes de información falsa les interesa un discurso homogéneo, que su principal mensaje se aprovecha de la posible confusión generada por el CBD y que están presentes en numerosas comunidades para difundir su mensaje, pero sin un alto grado para no llamar la atención.

Para confirmarlo, realizamos una escucha social inicial, clasificada mediante una IA en prodroga, antidroga, consumidores, exconsumidores y comentarios neutrales. Para afinar más la escucha, excluimos las noticias sobre operaciones policiales antidroga.

Tras eso, extrajimos *insights* de los mensajes. Luego, insertamos la conversación en un programa de análisis de grafos para detectar usuarios y comunidades clave.

Los principales resultados de la escucha nos facilitaron un perfil prodroga compuesto mayoritariamente por gente madura cuyo principal argumento no es el CBD, sino que “el alcohol y el tabaco son drogas peores, pero son legales”. No obstante, no excluyen de sus mensajes otras noticias falsas o confusas, sino que afinan en función de los destinatarios.

Los antidrogas, por su parte, son generalmente reactivos y las formas que utilizan generan el efecto contrario al propuesto, además de estar concentrados en secciones de la conversación muy limitadas, habiendo oportunidades en la gente que quiere dejarlo y aborda el problema por su cuenta, así como en el mundo de la música y los videojuegos como posibles lugares donde difundir mensajes antidroga.

En cuanto a la red de conversación de análisis de grafos, está muy copada por los consumidores, a los que excluimos en una segunda vuelta para hacer más visibles al resto de perfiles. Encontramos redes organizadas con las características predichas, organizados y con un argumentario estratégico diverso que alcanza a muchos más puntos de la red que los mensajes antidroga, en la que además juega en contra la polarización política y los comentarios reactivos de usuarios antidroga.

Palabras clave: comunicación, salud, teoría de la viralización, noticias falsas, drogas.

Comunicación institucional, comercial y relaciones públicas en Salud

COMUNICACIÓN PARA PREVENIR EL CÁNCER DE PIEL: UN ANÁLISIS DEL USO ESTRATÉGICO DE LA RED SOCIAL TWITTER EN ESPAÑA

Lara Jiménez-Sánchez. Universidad Rey Juan Carlos, España
Ángeles Moreno. Universidad Rey Juan Carlos, España

Esta comunicación se centra en la epidemia mundial del cáncer de piel, que constituye una de las principales causas de morbilidad y mortalidad en el mundo. Su incidencia seguirá creciendo si no desarrollan hábitos de fotoprotección adecuados. Trabajos previos han mostrado que el uso de las redes sociales puede contribuir adecuadamente a la prevención y el cambio de hábitos de fotoprotección.

En España, las organizaciones y asociaciones centradas en la prevención trabajan actualmente para prevenir el cáncer de piel a través de sus perfiles en las redes sociales. Sin embargo, existe un vacío en el conocimiento y adecuación de sus contenidos puesto que no existen investigaciones previas que hayan tratado este objeto de estudio. El objetivo de esta investigación es conocer y profundizar en el contenido de la comunicación de fotoprevención del cáncer de piel que se difunde en Twitter en España por las principales organizaciones involucradas con esta labor. Los contenidos de los perfiles de las redes sociales de estas organizaciones se han analizado mediante la teoría de la agenda *Setting* de primer y segundo nivel. Se exploró el total publicaciones emitidas en los perfiles de Twitter de las asociaciones nacionales centradas en la comunicación en fotoprevención, durante los meses de abril a julio de 2022 –meses en los que se concentran las campañas de prevención–. Los resultados evidencian un desequilibrio en la agenda en cuanto a temas y encuadres que revelan una comunicación insuficientemente optimizada en la red social.

En el marco del proyecto COMUNICANCER financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, este trabajo pretende contribuir a optimizar y aumentar la efectividad de la comunicación de prevención del cáncer de piel de las asociaciones españolas centradas en este propósito.

Palabras clave: comunicación de salud, cáncer de piel, melanoma, redes sociales, prevención.

Neuromarketing y su relación transversal con la Salud

MEJORA DE LA CALIDAD DOCENTE EN PROFESORES DE ENFERMERÍA MEDIANTE TÉCNICAS DE EYE-TRACKING

Victoria Cuesta Díaz. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Leticia López Pedraza. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Marion Roberts Martínez. Universidad Complutense de Madrid, España

Víctor Fernández Alonso. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Leyre Rodríguez Leal. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Carmen Karbasi Santos. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Raquel González Hervías. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Marina Gómez de Quero. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Raúl Merchán Arjona. Escuela Universitaria de Enfermería Cruz Roja-UAM, España

Existe evidencia empírica avalando la importancia de la comunicación no verbal en el proceso educativo. Más específicamente se ha detectado que la posición del profesor en el aula al impartir la docencia y el recorrido de su mirada es un factor fundamental en la calidad de su docencia evaluada tanto en términos de satisfacción del alumno como de los resultados de aprendizaje. En el ámbito de la neurocomunicación la tecnología de *eye-tracking* ha permitido, investigar con mayor precisión y objetividad ambas variables (posición del profesor en el aula y recorrido de su mirada). Sin embargo, los trabajos empíricos realizados con esta tecnología son todavía escasos y poco consistentes. Todavía más importante, no existe ningún trabajo académico en el que se emplee esta metodología para implementar un programa de entrenamiento que mejore las habilidades de los docentes en estas variables.

La presente investigación pretende aportar evidencia en este campo, se ha diseñado un programa piloto de entrenamiento en la comunicación no verbal (posición en el aula y recorrido de la mirada) entre profesores universitarios de enfermería.

Mediante un diseño intrasujeto y empleando gafas de *eye-tracking* de alta precisión (*Tobii 2 glasses*) se analiza la posición en el aula de cinco profesores de enfermería durante la impartición de una clase estándar en la Escuela de Enfermería de la Cruz Roja de Madrid. Estos datos permiten crear un "perfil" de la conducta de cada profesor tanto a nivel de su posición en el aula como de su recorrido visual. Posteriormente se imparte una sesión de entrenamiento de una hora de duración a cada sujeto, empleando para ello el perfil obtenido de su conducta nueva. El objetivo de este entrenamiento consiste en proporcionar *feedback* a los profesores de su conducta, de tal manera que puedan identificar claramente los errores y los puntos de mejora. Tras esa sesión de entrenamiento se realizó de nuevo una evaluación de su conducta en el aula.

Los resultados se evaluaron en términos de la diferencia entre los datos pre-tratamiento y post-tratamiento. En todos los casos aparecieron diferencias estadísticamente significativas que indicaban fuertes ganancias en la conducta investigada.

Se concluye que la técnica de *eye-tracking* permite detectar patrones inadecuados de posición y recorrido visual del profesor ofreciendo, al mismo tiempo, una herramienta útil para modificar dichos patrones. Futuras investigaciones deberán ampliar la muestra de profesores, analizar covariables (tipo de grado universitario, tipología del estudiante, etc.). Asimismo, se deberán incluir variables de eficacia de entrenamiento como la calidad percibida por parte del estudiante, resultados del aprendizaje, etc. De gran importancia será estudiar en el futuro la estabilidad de las mejoras mediante investigaciones longitudinales.

Palabras clave: salud, neurocomunicación, enfermería, calidad docente, *eye-tracking*.

PERCEPCIÓN DE CANNABIS EN JÓVENES

Blanca Carballada Velázquez. Universidad Complutense de Madrid, España

Juan Carlos López Quintero. Universidad Complutense de Madrid, España

Pablo Martín Antoranz. Universidad Complutense de Madrid, España

El consumo de drogas está cada vez más inmerso en la sociedad. Especialmente el consumo de cannabis, ya que éste ha aumentado con el paso del tiempo y ha llegado a naturalizarse en la sociedad actual. No obstante, se ha demostrado a través de numerosos estudios e investigaciones de campo, que existen consecuencias a causa del consumo de cannabis que no se tienen en cuenta o que no se conocen. En este sentido, el presente trabajo tiene por objetivo conocer si existe alguna percepción de riesgo en los jóvenes en cuanto a dicho consumo, o, si, por el contrario, éstos activan el sistema de recompensa tomando decisiones distorsionadas del cannabis.

Destacaremos en este punto “la ceguera cerebral” término que hace referencia a la toma de decisiones de sujetos que deciden exponerse al riesgo y obtienen una respuesta positiva, reforzando así su sistema de recompensa cerebral y distorsionando la capacidad de percepción al riesgo. Para analizarlo, realizaremos una inmersión en el campo de la neurociencia, que nos ayudará a investigar lo que llamamos respuestas implícitas. Estas respuestas, hacen referencia a todas aquellas claves que los sujetos investigados emiten de forma automática, sin ser conscientes de ello.

La herramienta utilizada será el *focus group* o grupo focal. La metodología empleada partirá de un grupo de 8 jóvenes y aplicaremos la técnica del *focus group*, utilizando el nuevo sistema *Neurolingq*, incluyendo de esta forma el análisis de la respuesta galvánica de la piel y la variabilidad intercardíaca. Esta herramienta nos permitirá extraer conclusiones acerca de las respuestas emocionales de los participantes del grupo y nos permitirá compararlas con las respuestas cualitativas de cada uno de ellos obteniendo de esta forma, unos resultados sólidos que nos ayuden a percibir si la llamada “ceguera cerebral” está presente en los jóvenes, o si, por el contrario, éstos conocen las consecuencias del cannabis a largo plazo y existe una percepción al riesgo.

Palabras clave: neurociencia, comunicación, *Neurolingq*, neuromarketing, cannabis.

EFFECTIVIDAD PUBLICITARIA: ANÁLISIS DEL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CON ANIMALES EN LA CONEXIÓN EMOCIONAL ENTRE EL CONSUMIDOR Y LAS MARCAS, Y SU INFLUENCIA EN LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Saskia Van Liempt Serré. Universidad Europea de Madrid, España

El objetivo de este estudio es definir en qué medida la aparición de animales de compañía, especialmente en el caso de perros y gatos, influye en la eficacia publicitaria, y contribuye a la consecución de los resultados de *marketing* y comunicación establecidos. Adicionalmente, esta investigación pretende confirmar el rol de los mecanismos neuropsicológicos, como por ejemplo el de la oxitocina en una mayor respuesta positiva del consumidor, medida en términos de ventas y/o preferencia por la marca. Adicionalmente, el impacto de la pandemia mundial de la covid-19 ha reforzado la relación entre los animales y las personas, jugando un papel muy relevante en la salud mental.

La investigación se sustenta en tres ejes metodológicos:

- Investigación con técnicas de neuromarketing, como *Eye Tracking* y *Magnetoencefalografía* sobre la respuesta emocional del consumidor ante el estímulo. Esta investigación se refuerza con investigación cualitativa y cuantitativa.
- Entrevistas a expertos en psicología e Intervención Asistida con Animales (IAA) para determinar cuáles son los procesos que articulan la respuesta en las personas durante estas intervenciones.
- Estudio y análisis en profundidad de los 3.118 casos de éxito de comunicación publicitaria que han sido reconocidos por los Premios a la Eficacia en Comunicación Publicitaria, así como los casos de éxito reconocidos en el Festival *Cannes Lions* (Cannes, Francia) y los *International Effie Awards*.

En base a toda la investigación empírica anteriormente mencionada, planteamos la hipótesis de cómo la oxitocina adquiere una importancia relevante en la formación de los vínculos de apego y en los comportamientos prosociales que facilitan las relaciones interespecies. Podemos destacar el rol de este neurotransmisor en distintos aspectos del vínculo humano-perro, como el “efecto mascota” y la cercanía emocional, y cómo este efecto se traslada a la comunicación y en consecuencia, a la relación emocional entre consumidores y marcas. La oxitocina se encuentra implicada en el apego y comportamientos parentales, induce los comportamientos maternos, incrementa la confianza en otras personas, incrementa la mirada a los ojos, mejora la habilidad para inferir estados mentales y refuerza la empatía emocional.

En este sentido, podemos concluir que los consumidores incrementan significativamente su interés y su intención de compra, en respuesta a aquellos mensajes de comunicación que despiertan sus emociones. También que la mirada de los animales, específicamente en el caso de los perros, refuerza la conexión emocional del consumidor y la marca, así como el recuerdo espontáneo de la misma (i.e. Scottex). Y, por último, los consumidores desarrollan una mayor fidelidad a las marcas que identifican con animales.

Palabras clave: neuromarketing, comunicación persuasiva, relación animal-humanos, oxitocina, efectividad publicitaria.

Comunicación interpersonal y Salud

INTERACCIONES NO DESEADAS EN REDES SOCIALES: APROXIMACIÓN EXPLORATORIA A FORMATOS EMERGENTES DE VIOLENCIAS MACHISTAS EN ESPAÑA

Soraya Calvo González. Universidad de Oviedo, España

La presente investigación se fundamenta en una investigación, desde una perspectiva de género y determinados elementos configuradores de dinámicas comunicativas desequilibradas y/o agresivas desplegadas en redes sociales de un grupo de personas jóvenes de entre 18 y 36 años que viven en España.

El uso de redes sociales como Instagram o Twitter y aplicaciones de mensajería instantánea es uno de los ejes prioritarios que median en la construcción y establecimiento de relaciones interpersonales; siendo especialmente relevantes este tipo de herramientas en momentos de distanciamiento físico y confinamientos. En concreto, se analizan claves definitorias de interacciones a través de redes sociales o *apps* de uso mayoritario; poniendo el foco en la detección de pautas de comunicación sexistas, de desigualdad o de acoso/agresión.

Para analizar las situaciones anteriormente descritas se plantea un entramado metodológico situado en el paradigma cualitativo, orientado a describir y explicar situaciones reales vivenciadas por las personas que participan en la investigación y en donde Internet es un elemento no neutral que se presenta como objeto de conocimiento. Se abordan las consecuencias emocionales y sociales derivadas de la recepción de este tipo de mensajes; así como los mecanismos de gestión de la situación desplegados.

Como resultados significativos destacamos que la recepción de contenido explícito (fotografías de genitales) no deseado en entornos digitales (prioritariamente redes sociales) es una actividad potencialmente concebida como desequilibrio comunicativo y/o agresión y podría tener un impacto negativo en la vida de las personas. Así mismo, parece una práctica relativamente común, habiendo sido vivenciada por la mayor parte de las personas que participan en nuestra investigación.

Las fricciones entre las categorizaciones hegemónicas de masculinidad y feminidad y la complejidad socio tecnológica de los contextos de interacción resultan relevantes para entender el impacto de los esquemas aprendidos de vinculación afectiva, romántica y erótica en las violencias machistas cotidianas. La evidencia científica muestra la irrupción de nuevos fenómenos que perpetúan las desigualdades sexistas de formas más sutiles y que pueden llegar a pasar desapercibidas a pesar de ser evidentemente perniciosas para la consecución de una igualdad plena. Finalmente se plantean líneas de investigación emergente encaminadas a generar nuevos conocimientos en línea con los estudios de género.

Palabras clave: redes sociales, relaciones afectivas, igualdad de género, identidades digitales, violencia machista.

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y GRUPAL EN PATOLOGÍAS RARAS Y SU IMPACTO EN LA SALUD

María Ramona Palacín Lois. Universidad de Barcelona, España
Mónica Martín-Pozuelo Martín. Universidad de Barcelona, España
Rita Sorogastúa. Universidad de Barcelona, España
Claudia Guasch Capella. Universidad de Barcelona, España
Khem Soria Parera. Universidad de Barcelona, España

El Programa de grupos *online* (CIBER-FEDER) es el resultado de la colaboración del Equipo del Máster de Autoliderazgo y Conducción de Grupos de la Universidad de Barcelona (MACG) con la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) que cuenta con una amplia tradición y un largo recorrido, concretamente desde el año 2004, y que mantiene actualmente, dos líneas de trabajo: una referida a los grupos presenciales que se realizan con diferentes asociaciones que pertenecen a FEDER-CATALUNYA, y otra línea de trabajo, refrendada mediante convenio de colaboración entre ambas entidades, que se refiere a los grupos *online* (Programa CIBER-FEDER). Este programa se centra en crear, facilitar y mantener ciberespacios grupales de apoyo destinados a personas afectadas, familiares y/o cuidadores que forman parte de FEDER.

El objetivo de este trabajo se centra en analizar la comunicación interpersonal e intragrupal, de dos grupos organizados en formato *online* e integrados por personas afectadas de las patologías de Quistes de Tarlov y de Dolor Pélvico Crónico. Ambas patologías raras que forman parte de FEDER, se caracterizan por su reducida aparición en el conjunto de la población, produciendo entre los afectados una gran dispersión geográfica y aumentando las dificultades de encuentro y apoyo social entre ellos. En estas condiciones, el recurso a las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por los profesionales del ámbito grupal es una alternativa efectiva de intervención facilitando la comunicación.

La actividad grupal se realiza integrando a los participantes en grupos correspondientes a cada patología. La incorporación en este proceso de técnicos en análisis y conducción de grupos, especialmente cualificados, aportan las necesarias garantías de atención, cuidado personalizado y sinergia grupal que se requieren para una plena consecución de los objetivos planteados en este tipo de intervenciones. La investigación-acción está diseñada con medición de datos pretest y postest a nivel individual (WHO 5) en formato *online* y a nivel grupal (AAG) igualmente en formato *online* y después de cada sesión de ciber-grupo. El cuestionario de WHO 5, incluye lo psíquico y la adopción de una perspectiva teórica que apunta a una definición positiva de la salud, permitiendo determinar que la noción de bienestar es subjetiva. El cuestionario AAG, pretende integrar en un único protocolo el rastreo de la información pertinente a cada uno de los cuatro niveles de análisis simultáneos de la comunicación: los niveles temático, funcional, cognitivo y afectivo.

- El temático representa aquello en lo que el grupo se ocupa.
- El nivel funcional muestra el aspecto instrumental y factual de la actividad del grupo.
- El nivel cognitivo revela la actividad del grupo desde el punto de vista de las cogniciones.
- El nivel afectivo pone de relieve el conjunto de sensaciones, emociones y sentimientos que los sujetos experimentan en las relaciones intra/interpersonales e intra/intergrupales.

Palabras clave: ciber-grupo, grupos *online*, salud, comunicación interpersonal, apoyo social, bienestar psicológico.

CÓMO MEJORAR NUESTRAS HABILIDADES COMUNICACIONALES EN SALUD

Analia Coronel. Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner.
Buenos Aires, Argentina

Los conocimientos de formación de base resuelven problemáticas técnicas, pero en el desempeño es necesario el entendimiento del rol, aunque para alcanzar el máximo potencial es necesario el desarrollo de las habilidades blandas. Para responder a la demanda de nuevas competencias y llevar adelante la gestión en el ámbito de la salud, se gestó e implementó en el marco del Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce de Argentina, la Diplomatura en Desarrollo de Habilidades Blandas para el personal de salud.

El objetivo principal de la presente investigación es desarrollar las habilidades de comunicación interpersonales. Reconocemos la humanización de la atención cuando el equipo de salud multidisciplinario logra no solamente ser competente para realizar su labor específica, sino que además es competente social y emocionalmente.

Daniel Goleman en su libro *La inteligencia Emocional* explica el impacto organizacional de alto valor producido cuando las personas crean vínculos emocionales y transforman las organizaciones en ambientes colaborativos potenciando las competencias personales y el rendimiento en equipos interdisciplinarios.

En este sentido, El Hospital El Cruce sito en la provincia de Buenos Aires, implementó en 2021 un “Programa Integral de Percepción y Clima Organizacional” para los 1700 trabajadores demostrando que 618 personas tenían la necesidad de mejorar en su capacidad de “trabajar en equipo”, sin pensar que en realidad se trataba de habilidades blandas, nuevos conocimientos indispensables para el desenvolvimiento en los actuales espacios de trabajo.

Las organizaciones, a finales de los 90, exhibieron que los años de la Guerra Fría habían quedado atrás; las habilidades duras ya no eran suficientes. Ahora se requiere, no sólo de recursos humanos, sino de personas. Las investigaciones de Goleman, reflejadas en su libro, marcaron a nivel mundial que “el éxito en la vida [...] depende en un 80% de factores emocionales y sólo en un 20% de factores puramente cognitivos”. Las organizaciones de salud tienen la necesidad de contar con personas comprometidas y motivadas en proyectos de crecimiento colectivo, y no exclusivamente con personal con conocimientos específicos. La Diplomatura para el Desarrollo de Habilidades blandas surge para dar respuesta a múltiples necesidades.

El Hospital El Cruce en su evolución a Hospital Humanizado sitúa a las personas en el centro de la organización. Todo camino del arte de curar está atravesado también por la forma en que nos comunicamos. Es un desafío presente para el sistema de salud, porque somos seres emocionales donde el proceso interpersonal se da por medio de la palabra. Es cuando se logra una atención trialista (bio-psico-social) que genera valor agregado.

Palabras clave: comunicación en salud, relaciones interpersonales, inteligencia emocional, humanización de la atención, hospitales universitarios.

PACIENTES QUE CUENTAN HISTORIAS: OBSERVANDO EL CÁNCER DESDE LA PERSPECTIVA DEL ANÁLISIS BASADO EN CORPUS

Jennifer Moreno. Universidad de Zaragoza, España

En los últimos años, los esfuerzos por promover una atención centrada en el paciente han dado lugar a la aplicación de nuevos modelos y herramientas de atención sanitaria. En este sentido, y como consecuencia de los movimientos humanistas surgidos en los Estados Unidos en la década de los 60, la medicina narrativa nace para reivindicar la importancia de las habilidades de comunicación y de narración en ámbitos sanitarios, cuyo objetivo principal es el de mejorar la comunicación médico-paciente e involucrar al paciente en su propio proceso terapéutico.

El presente trabajo ofrece un análisis basado en un *corpus* de más de 400 narraciones escritas por pacientes españoles a los que se les ha diagnosticado algún tipo de cáncer de sangre, tal como la leucemia. Para llevar a cabo nuestro estudio, hemos utilizado *Sketch Engine*, una herramienta de análisis de *corpus* disponible tanto de pago como de forma gratuita. En dicho análisis, nos centramos en observar cómo se comportan los principales elementos lingüísticos que los pacientes utilizan a la hora de describir su experiencia con la enfermedad con el fin de comprender qué papel juegan aspectos concretos, como el papel que los profesionales sanitarios desempeñan a lo largo de su proceso terapéutico. Además de otros elementos como las emociones, prestamos especial atención a las referencias que los pacientes hacen en sus relatos al personal sanitario, en particular en lo que respecta a la comunicación médico-paciente.

Los resultados de nuestro análisis pueden ayudarnos a comprender cómo viven los pacientes oncológicos su vivencia y qué elementos son los que desempeñan un papel clave durante su proceso terapéutico.

Conocer la relevancia del personal sanitario y de la comunicación médico-paciente para los pacientes que atraviesan situaciones difíciles podría ayudarnos, en estos contextos, a identificar cuáles son los principales aspectos que deberían mejorarse en el marco de la medicina narrativa, que no sólo servirían para mejorar la comunicación médico-paciente, sino que también permitirían fomentar la atención sanitaria centrada en el paciente.

Palabras clave: análisis basado en *corpus*, atención sanitaria centrada en el paciente, comunicación médico-paciente, medicina narrativa, pacientes oncológicos.

ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y COMPETENCIAS RELACIONADAS CON HABILIDADES DE COMUNICACIÓN EN LOS POSTGRADOS DE ENFERMERÍA DE URGENCIAS Y EMERGENCIAS VIGENTES EN ESPAÑA

Patricia Marín-Maicas. Universidad Internacional de Valencia, España
Paula Martínez. Universidad Internacional de Valencia, España
Encarna Rama. Universidad Internacional de Valencia, España
Ana Cristina Cabellos-García. Universidad Internacional de Valencia, España
Beatriz Atienza. Universidad Internacional de Valencia, España
Aranzazu Duque. Universidad Internacional de Valencia, España

Una comunicación efectiva y afectiva en un contexto como los servicios de urgencias, caracterizados por una alta carga emocional, es fundamental para la satisfacción del paciente y hace más probable el cumplimiento de las recomendaciones asistenciales, asegurando que el paciente se sienta atendido, informado, escuchado y acompañado.

El objetivo del presente trabajo fue analizar la formación relacionada con habilidades de comunicación incluidas en los postgrados universitarios de enfermería de urgencias y emergencias vigentes en España.

La metodología constó de un estudio bibliográfico en forma de revisión integrativa y con finalidad informativa-expositiva. Se realizó una búsqueda en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Universidades durante febrero de 2022, utilizando como palabras clave “urgencias” y “emergencias”. Se seleccionaron un total de 20 másteres universitarios del ámbito de la enfermería de urgencias y emergencias. Se revisaron las memorias de verificación o las guías docentes de las asignaturas publicadas en las páginas web de las respectivas universidades en el caso de no disponer de la memoria y se codificó la información en las categorías de interés.

Los resultados muestran que el 40% de los títulos revisados disponen de competencias relacionadas con la comunicación y/o las habilidades comunicativas, siendo “competencias transversales” en 1 de cada 3 títulos. Por otro lado, el 60% de los programas analizados incluyen contenidos relacionados con la comunicación, formando parte mayoritariamente de asignaturas de carácter obligatorio con una carga media asociada de 4,7 créditos ECTS. En cuanto a las actividades formativas asociadas a dichas asignaturas, se describieron 23 tipos diferentes, siendo fundamentalmente prácticas a pesar de que la más frecuente fue el trabajo autónomo.

A pesar de los beneficios de una comunicación efectiva y afectiva entre personal sanitario y usuarios del sistema (paciente y familia), los programas de postgrados universitarios de enfermería de urgencias y emergencias evidencian escasez formativa en este campo, al incluirse como competencias transversales o quedar el contenido reducido a un número escaso de créditos en gran parte de los títulos revisados. Asimismo, las actividades formativas identificadas han mostrado ser heterogéneas en cuanto a tipo de actividad, presencialidad y ponderación. Para favorecer una atención centrada en la persona, sería preciso otorgar mayor protagonismo en los planes de estudio actuales a la formación en habilidades no técnicas relacionadas con la comunicación y habilidades comunicativas, así como al diseño de actividades formativas para lograrlo.

Palabras clave: comunicación, formación, enfermería, urgencias, postgrado.

LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL ANTE LA OBESIDAD: LOS MENSAJES DEL SECTOR SALUD A TRAVÉS DE INFOGRAFÍAS

Paola Eunice Rivera-Salas. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

La comunicación que hacen los estados sobre temas de salud constituye una gran herramienta para informar a la ciudadanía sobre las problemáticas que existen y cómo atenderlas. México es uno de los países con mayor tasa de obesidad, ocupando el quinto puesto en el *ranking* mundial, y el primer lugar en cuanto a los infantes se refiere. Por ello, el Gobierno de México (GobMex) ha desarrollado una estrategia de comunicación que busca contrarrestar esta enfermedad.

El objetivo principal es caracterizar las infografías que el estado mexicano ha realizado en el último periodo presidencial en torno a la obesidad.

La metodología es de enfoque cuantitativo, descriptivo, transversal, no experimental y prospectivo. Se evaluaron 220 infografías publicadas entre 2021 y 2022, por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), el Instituto Mexicano de Seguro Social (IMSS) y la Secretaría de Salud (SS), que son instancias que dependen de la Secretaría de Salud y que difunden contenidos a través de espacios digitales oficiales del GobMex. La recuperación de datos se hizo a partir de una guía de observación y a través de la técnica del análisis de contenido se valoraron los infográficos tomando en cuenta las variables de interés de la investigación. El análisis de los infográficos se enfocó en dos elementos del proceso comunicativo: el emisor y los mensajes.

Como parte de los resultados, sobre el emisor, se identificaron cuatro campañas eje: 1) #No te pases de..., 2) Por la salud de todos y todas, 3) En esta temporada de frío, y 4) Conmemoración del Día de. Lo que denota al tema de obesidad como un eje transversal de la Comunicación para la Salud. En el caso del IMSS y el INSP, sus infográficos se publican de forma esporádica. Sobre los mensajes, se aprecia que el carácter del infográfico fue informativo. El 44% de los infográficos socializa contenidos sobre la obesidad vinculados a otras temáticas de salud pública como el estilo de vida saludable, la economía de la salud y el etiquetado de alimentos. Por su parte, sólo los infográficos publicados por el INSP cuentan con referencias que sustentan la información que difunden, y la información está más direccionada a la comunidad académica.

Se concluye que las instituciones deben proporcionar a los ciudadanos información, mediante formatos sencillos y eficientes como el infográfico, acercando así insumos suficientes para conservar su salud y la de su comunidad.

Palabras clave: infografías, obesidad, comunicación gubernamental, salud pública, sector salud.

SATISFACCIÓN DEL PACIENTE: COMPRENDIDO EN PRIMERA PERSONA

Melisa Borturo. Hospital Universitario Alta Complejidad en Red El Cruce Néstor Carlos Kirchner.
Argentina

La experiencia del paciente es el diferenciador fundamental para el Hospital Universitario Alta Complejidad en Red el Cruce Dr. Néstor C. Kirchner de Argentina. Va más allá de brindar altos estándares de atención sanitaria. Se propuso construir un vínculo caracterizado por la forma de vivenciar y valorar la propia experiencia a partir de la relación con la institución, el equipo de salud y el contacto con la realidad objetiva.

Destacando que este es un KPI de gestión diferente, blando, que brindará información cualitativa a la que el hospital no puede acceder si no es escuchando en primera persona al paciente y a su familia.

La globalización, los cambios tecnológicos, la inteligencia artificial, la digitalización y proliferación de canales de comunicación en línea sumados a los cambios socio culturales hacen que podamos abrir más canales vinculables. Nos interpela como organización, porque los pacientes esperan una experiencia fluida, personalizada y conveniente al interactuar con las organizaciones en general, y aún más con los ámbitos sanitarios.

El hospital sostiene desde el 2009 una relación conversacional con la comunidad de influencia. Las tendencias organizacionales en 2023 han pasado a una nueva fase: las empresas deben competir para diferenciarse en el panorama digital y ofrecer servicios que satisfagan las demandas de empleados y de los clientes por igual. El Cruce como hospital público prestador de servicio de salud en la búsqueda permanente de la excelencia ratifica su misión social, como sistema de salud, humanizar la atención bajo la concepción integral del paciente, enfocada en el bienestar físico, psicológico, y social (OMS); sumado a la tendencia de la inclusión de la dimensión espiritual. El ser humano es más que la mera suma de sus partes; la existencia se da en un contexto específico; los pacientes tienen un margen de elección y en El hospital Cruce trabajamos respetando la Ley del Derecho del Paciente.

El objetivo principal es evidenciar que las organizaciones de salud que escuchan tienen en la voz de los pacientes su mayor activo estratégico. Encaminar las estrategias para proporcionar experiencias memorables a los pacientes.

El proceso de medición sistemático e ininterrumpido desde el año 2009 al presente, nos permite presentar una investigación comparativa. Esto ayuda al hospital a diseñar estrategias proyectivas que colaboran con la transformación de los procesos de calidad de atención a procesos de atención integrales humanizados.

Para mantenerse a la vanguardia y brindar la “experiencia de paciente” que las personas esperan - y necesitan- cuando pasan por el mundo sanitario, las organizaciones deben ser empáticas, proactivas e innovadoras. Esto significa escuchar a los pacientes y a sus familias, reunir y analizar sus opiniones para perfeccionar continuamente los procesos de atención centrado en las personas. Al hacerlo, las organizaciones de salud pueden generar pacientes satisfechos y, en última instancia, impulsar la mejora continua.

Palabras clave: satisfacción del paciente, práctica integral de atención, humanización de la atención, diseño de encuesta, atención hospitalaria.

EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN SALUD: LOS EFECTOS DE LA PERCEPCIÓN DE APOYO DE LA ORGANIZACIÓN Y EL ROL DE LA COMUNICACIÓN DE LA SEGURIDAD PSICOLÓGICA

Sergio López. Universidad de Santiago de Chile, Chile
Felipe Muñoz Medina. Universidad de Santiago de Chile, Chile
Hugo Zúñiga. Universidad de Santiago de Chile, Chile

Las transformaciones en el entorno y en las organizaciones de salud, junto con las exigencias de desempeño, han destacado la importancia de comprender cómo el liderazgo transformacional influye en diversos procesos, particularmente en la comunicación interpersonal.

Basado en lo anterior, el objetivo principal de esta investigación consistió en evaluar un modelo de mediación moderado en el que la comunicación de la seguridad psicológica modera y refuerza el efecto positivo del liderazgo transformacional sobre la percepción de apoyo organizacional, así como el efecto positivo de la percepción de apoyo organizacional sobre el desempeño laboral.

Además, basándonos en la teoría de la conservación de recursos, hipotetizamos que la comunicación de la seguridad psicológica actuaría como una variable moderadora que fortalece las relaciones entre el liderazgo transformacional y la percepción de apoyo organizacional y la percepción de apoyo organizacional y el desempeño laboral. En concreto, planteamos que la relación entre el liderazgo transformacional y la percepción de apoyo de la organización, así como entre la percepción de apoyo de la organización y el desempeño laboral, es más fuerte en condiciones de alta comunicación de seguridad psicológica.

Para testear las hipótesis antes señaladas, se realizó un diseño no experimental, longitudinal, en base a un cuestionario *online* realizado a 400 trabajadores del área de la salud de un hospital en Chile. El análisis de datos se realizó mediante análisis de ecuaciones estructurales.

Los resultados apoyaron el modelo hipotetizado. Como se predijo en la Hipótesis 1, el liderazgo transformacional tuvo un efecto indirecto positivo sobre el desempeño a través de la percepción de apoyo de la organización, apoyando una mediación total. Los resultados de la mediación moderada también respaldaron las hipótesis 2 y 3. En concreto, se observó que, en condiciones de alta comunicación de seguridad psicológica, el liderazgo transformacional se asoció significativamente con el desempeño laboral a través de la percepción del apoyo organizacional. Sin embargo, en condiciones de baja, el efecto indirecto del liderazgo transformacional sobre el desempeño laboral a través de la percepción del apoyo organizacional no fue significativo.

En conclusión, este estudio contribuye a la comprensión del liderazgo transformacional demostrando un nuevo mecanismo explicativo para comprender el desempeño de los trabajadores de salud. Además, el estudio confirma el efecto beneficioso de la comunicación de la seguridad psicológica como un recurso laboral altamente valorado en organizaciones de salud.

Palabras clave: liderazgo transformacional, desempeño, percepción de apoyo, comunicación, seguridad psicológica.

DRAGS MADRINAS. PROYECTO AGENTES DE CAMBIO

David Palma. Consorcio de Investigación Biomédica en Red en Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), Servei d'Epidemiologia, Agència de Salut Pública de Barcelona (ASPB), Maastricht University, Países Bajos

Las estrategias de promoción de la salud deben alcanzar a las poblaciones clave, comprendiendo sus contextos particulares, canales de comunicación y liderazgos comunitarios. Aquellas intervenciones llevadas a cabo por profesionales sanitarios, muchas veces enfrentan barreras relacionadas a la verticalidad del diálogo, donde el trabajo con actores clave puede ser fundamental para el desarrollo de una comunicación efectiva.

La promoción de la salud en el grupo de hombres *gays*, bisexuales y otros que tienen sexo con hombres, históricamente ha sido liderada por las estrategias de prevención de VIH y otras infecciones de transmisión sexual (ITS). Sin embargo, en los últimos años, estos servicios han detectado un aumento de consumo sexualizado de drogas, lo cual podría haberse incrementado posterior a la pandemia y el cierre del ocio nocturno, facilitando el acceso a ocio en fiestas sexuales en casa privada como única fuente de socialización.

Desde el Servei d'Epidemiologia de la Agència de Salut Pública de Barcelona, se ofrece desde el año 2015 el acceso a pruebas rápidas de VIH, sífilis y Hepatitis C, asociado a una vigilancia bioconductual. Nuestros resultados han observado un aumento sostenido del consumo sexualizado durante los últimos años, además de un aumento de consumo inyectable de drogas con fines sexuales, principalmente por el acceso a estas fiestas en casa privada, donde variables como la presión de pares, desinformación y miedo al rechazo, podrían favorecer prácticas de mayor riesgo.

Nuestro equipo ha hipotetizado que formar líderes del ocio regular podría ser efectivo para modificar el relato social asociado al consumo, fortaleciendo además las redes de trabajo con estas entidades para proyectos futuros. Dentro de este ocio, el rol de *Drag queens*, travestis y transformistas, ha tomado una visibilización creciente, avanzando de su reconocimiento dentro de la población clave a la cultura popular, y convirtiéndose en actores claves para el desarrollo de agentes de cambio.

El objetivo del proyecto fue fomentar una vida sexual saludable en relación con el consumo sexualizado de drogas (*chemsex*) en el relato del ocio nocturno LGTBIQ+ de Barcelona. Entre agosto y noviembre del 2021 se formó a *Drag Queens* (DQ) como agentes comunitarias de salud en reducción de riesgos (RR) en chemsex, desarrollando con ellas una campaña de prevención en redes sociales (RRSS).

Consideramos que el trabajo con actores claves es fundamental para el desarrollo de una comunicación efectiva en la promoción de la salud. Muchas veces estos actores logran llegar a espacios donde el profesional sanitario no logra la misma efectividad, además de poder desarrollar estrategias de reducción de riesgo in situ. Los resultados de este trabajo permiten desarrollar una respuesta fortalecida de los servicios de salud sexual frente a potenciales emergencias y problemáticas de salud pública ligadas a poblaciones claves.

Palabras clave: promoción de la salud, comunicación efectiva, servicios de salud sexual, poblaciones clave, consumo consciente.

HEARTHFULNESS INTERPERSONAL: COMUNICACIÓN TRANSPERSONAL Y SALUD

José Jesús Vargas. Universidad Europea de Madrid, España

Ignacio Sacaluga. Universidad Europea de Madrid, España

Los objetivos de nuestro estudio se basarán en ahondar en el concepto de *Hearthfulness* interpersonal y su relación con la comunicación consciente y positiva, y explorar cómo la comunicación puede influir directa e indirectamente en la salud de los pacientes. La comunicación interpersonal es un proceso complejo que involucra no solo la transmisión de información, sino también las emociones, la empatía, la comprensión y la conexión con los demás. En el ámbito de la salud, la comunicación interpersonal cobra una importancia crucial. La calidad de la comunicación entre pacientes y profesionales de la salud puede influir directa e indirectamente en el bienestar de los pacientes. La práctica de la comunicación *Hearthfulness* interpersonal puede ser una forma efectiva de comunicación consciente y positiva que fomente la inteligencia emocional y, por ende, mejore la calidad de la relación entre pacientes y profesionales de la salud.

La comunicación *Hearthfulness* interpersonal implica la conexión auténtica y profunda con los demás, basada en la empatía, el amor, la compasión y la gratitud. La comunicación consciente y positiva de este tipo puede mejorar la calidad de la relación entre pacientes y profesionales de la salud, reducir el estrés y mejorar la salud emocional y física de los pacientes. La comunicación *Hearthfulness* interpersonal es una forma de comunicación interpersonal que puede fomentar la inteligencia emocional, ya que promueve la comprensión de las emociones propias y de los demás, la empatía y la resolución constructiva de conflictos.

La comunicación interpersonal con inteligencia emocional puede tener una incidencia directa e indirecta en la salud de los pacientes. Por un lado, la comunicación positiva se ha relacionado con niveles más bajos de estrés, mejor funcionamiento inmunológico, una menor incidencia de enfermedades crónicas y una mayor longevidad. Por otro lado, la comunicación interpersonal puede influir en el bienestar emocional, el funcionamiento psicológico y la salud física de los pacientes a través de su efecto en la calidad de la relación con los profesionales de la salud.

En conclusión, la comunicación interpersonal con inteligencia emocional es fundamental para el bienestar emocional y la salud de los pacientes en el ámbito de la salud. La práctica de la comunicación *Hearthfulness* interpersonal puede ser una forma efectiva de comunicación consciente y positiva que fomente la inteligencia emocional y, por ende, mejore la calidad de la relación entre pacientes y profesionales de la salud, y la salud emocional y física de los pacientes. Es necesario continuar investigando en esta área para comprender mejor los efectos de la comunicación *Hearthfulness* interpersonal y desarrollar estrategias efectivas para promover su práctica en la atención médica.

Palabras clave: *Hearthfulness*, comunicación transpersonal, comunicación y salud, comunicación interpersonal, bienestar.

EL SUICIDIO: NEUROCOMUNICACIÓN Y ADOLESCENTES

Laura Chacón. Universidad Complutense de Madrid, España

El suicidio sigue siendo una de las principales causas de muerte en todo el mundo. El número de adolescentes que ha decidido quitarse la vida es elevado y la pandemia de la covid-19 ha supuesto un aumento de casos especialmente, en aquellos que tienen entre 10 y 14 años. El suicidio es un problema de salud mental que parece cobrar importancia en estos últimos años por el aumento de sus cifras, y el sistema de salud es cuestionado por no estar preparado para afrontar esta problemática. Afortunadamente, se pueden gestionar y planificar campañas de comunicación para su prevención.

En este trabajo abordaremos esta temática desde 2019 hasta agosto de 2022 a través de una profunda revisión bibliográfica y un análisis de las noticias audiovisuales en web de las cadenas de TVE y Antena 3: el suicidio enfocado en los adolescentes y la manera en que éste se comunica.

La comunicación y la familia actúan como factores protectores clave en la prevención del suicidio en adolescentes y la covid-19 ha dejado secuelas como la depresión, la ansiedad y el estrés. Los medios analizados pueden mejorar la cobertura informativa del suicidio cumpliendo con su papel social dando a conocer las herramientas de detección y prevención, y consiguiendo que los adolescentes y la sociedad en su conjunto sea consciente de la gravedad de la situación. Un plan nacional de prevención y un aumento de las plazas PIR son algunas de las propuestas sociales y políticas que se pueden adoptar ante este grave problema que nos afecta directa o indirectamente a todos.

Palabras clave: adolescencia, comunicación, neurocomunicación, suicidio, salud mental.

MISCOMMUNICATION IMPAIRED FOLLOWING AN INVISIBLE ABI AFTER MANY YEARS OF A TBI

Laura Torres-Caro. Universidad de Málaga, España

Difficulties with cognitive impairments following an invisible acquired brain injury (ABI) diagnosed after a lot of years of a traumatic brain injury (TBI) can be dealt on two ways in a social interaction. In this research project, we will aim to investigate how the ABI produces changes in the brain altering: the thoughts; the short memory and linguistic capacities. It makes the patient feels absent and unable to express clearly or either to control the emotions, even with changeable emotions.

Memory and emotions have close meaningful relationships. The fruitful result of empty memories is good positive communication. Not all in communication is language, we may observe memories or oblivions which offer subliminal messages. The information is power, not only what you remember unless what you think to express.

The memory after a ABI is not conceived as a loss but as a dialectical process of reconstructions with the forgetfulness, being an important role in communication. This kind of social interpersonal communication improves linguistic disability, based on the theory of Martin Luther: storytelling. This studio pilot aims to examine the effect of the "Cognitive lost in an escape room" in which the experimental groups create a story sequence in each proofs to promote self- coaching, self- regularity and metacognitive strategies through social and cultural influences. The practice can reshape the memories of speakers and listeners involved in a conversation, critically, in the interaction of others.

This proposed rehabilitation is to analyze the identity lost through collaborative practice. Using interpersonal communication, we will emphasize personality, emotional expressivity, social cognitive level which facilitates the memory and the language disorders. Results: Data for this study will be collected within two mixing groups of patients with and without ABI to analyze the answers of mental sickness between both genders. Changing in memory leads to change in attitude, favoring in word retrieval: verbal fluency. The next findings will serve to highlight difficulties and critical points for further development and neural recovery with the formation of collective memories.

This study has drawn on protocols designed to differentiate abilities and deficits across distinct cognitive processes, concentrated mainly on the social linguistic interaction on memory. It is beneficial in patients with hippocampal amnesia like a potentially powerful tool in rehabilitation the social real- world interactions.

Keywords: memory, language, emotions, cognition, interaction.

ACTUALIZACIÓN DE LA TARJETA DE TRIAJE DE UN SERVICIO DE EMERGENCIAS EN INCIDENTE DE MÚLTIPLES VÍCTIMAS NRBQ

Ana María Cintora. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Eduardo González Sánchez. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Javier Álvarez Bernardos. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Emiliana Rodríguez Franco. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España
Paloma García Martín. Servicio de Urgencias Médicas de SUMMA 112, España

El triaje según la RAE es un método de clasificación de los pacientes según el tipo y gravedad de su dolencia o lesión, para establecer el orden y el lugar en los que deben ser atendidos. Se busca priorizar la atención a las víctimas, beneficiando a los pacientes con más posibilidades de supervivencia. Se seleccionan, de acuerdo con la capacidad de resolución de las necesidades terapéuticas que presenten y los recursos disponibles.

La tarjeta de triaje, es el documento personal adjunto a la víctima, donde se registra brevemente: identidad, lesiones importantes, nivel de gravedad, referencia, cuidados durante la asistencia y nivel de prioridad para su asistencia y posterior evacuación. En caso necesario, si se ha sufrido un incidente NRBQ, registra las descontaminación y recomendaciones pertinentes.

La tarjeta de triaje, es el medio con el que se comunica directamente el estado de salud del paciente. Asimismo, es el registro que sirve para valorar el evolutivo del paciente en las diferentes fases desde que es inicialmente atendido por el servicio de emergencias hasta que se le da el alta. Sirve como medio de comunicación, además de ser el documento médico-legal, donde se recoge y queda registrada toda la información relativa a la relación del personal sanitario que atiende al paciente, las actividades médico-sanitarias realizadas y los datos relativos a la salud del paciente. Se elabora para facilitar la asistencia, coordinación y trazabilidad sanitaria.

La Comisión de catástrofes del Servicio de Urgencias Médicas de Madrid SUMMA112 ha actualizado la tarjeta de triaje elaborada en 2008, analizando la evidencia científica del uso del modelo de triaje START. Este método, se utiliza en la valoración sanitaria inicial de las víctimas para establecer su prioridad (primer triaje). También se contrasta el consenso científico internacional a la hora de aplicar el *Revised Trauma Score*, como modelo de 2º triaje.

Este segundo triaje, se realiza en el puesto sanitario avanzado, con el objetivo de confirmar la prioridad de los pacientes y su necesidad de cuidados y medidas de estabilización. Es más complejo. Mide varios parámetros fisiológicos. Cuanta menor puntuación indica mayor gravedad.

De este modo compartimos la actualización en la tarjeta de triaje del SUMMA112; teniendo en cuenta para ello e incluyendo los avances científico-técnicos en actuación y asistencia en emergencias sanitarias en Incidentes de Múltiples Víctimas Radiológicas, Biológicas, y Químicos.

Palabras clave: tarjeta de triaje, incidente de múltiples víctimas nrbq, *START*, *revised trauma score*, servicio de emergencias.

COMUNICACIÓN y SALUD: TEORÍA y PRÁCTICA INVESTIGATIVA

Mónica Petracci. Universidad de Buenos Aires, Argentina

En el presente trabajo se plantean los principales fundamentos teórico-epistemológicos de la Comunicación y Salud (CyS). También se hace referencia a la necesidad de que dichos fundamentos sean puestos en diálogo con los marcos teórico-conceptuales que sostienen la construcción del problema a investigar en cada tema puntual. Dichos fundamentos son los siguientes:

- La significación y justificación de Comunicación y Salud como un “campo” en el sentido bourdiano del término.
- La elección del nombre Comunicación y Salud (en lugar de Comunicación para la Salud o Comunicación en Salud) por considerar que la conjunción “y” permite expresar más cabalmente que la comunicación no es una disciplina al servicio de la salud.
- La argumentación de la “complejidad” del campo desde la teoría de la complejidad y su principio de “unidualidad” aplicado a la comunicación y salud.
- La cartografía de la “heterogeneidad” de temas abordados desde el campo a partir de tres criterios: “ámbitos comunicacionales”, “temas/situaciones de salud” y “actores sociales”. La “heterogeneidad” es un concepto potente y flexible de CyS cuya cartografía posibilitó retomar diferentes ámbitos comunicacionales (cara a cara, mediática, virtual, comunitaria, gubernamental y no gubernamental, entre otras), ampliar los límites de una visión de CyS exageradamente asociada a campañas mediáticas y aportar una base para sistematizar la producción académica, delinear problemas de investigación y enriquecer el análisis.

Además de la fundamentación teórica del campo, la construcción del problema y la interpretación de los hallazgos de cada investigación requieren poner a los fundamentos en diálogo con los marcos teórico-conceptuales de cada problemática. Entre otros, los marcos teóricos ligados al cambio de comportamientos en salud (Teorías de la Acción Razonada; del comportamiento planeado; de creencias en salud, de etapas de cambio, etc.); la evaluación de mensajes o de campañas (teorías de la comunicación y evaluación), las representaciones sociales de la salud digital (teoría de las representaciones sociales).

A partir de la fundamentación de ambos puntos, el artículo versará sobre ejemplos de construcción de problemas de investigación.

Palabras clave: comunicación y salud, investigación, teoría de la complejidad, análisis, marco conceptual.

COMUNICACIÓN y SALUD: TEORÍA y PRÁCTICA INVESTIGATIVA

Saúl Ernesto Serrano. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia
Luz Stella Rueda Prada. Instituto Teológico Pastoral Benedicto XVI, Colombia
Diego Fernando Silva Prada. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia
Nancy Johanna Martínez Rodríguez. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia
Óscar Javier Zambrano Valdivieso. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia
Patricia Gutiérrez Ojeda. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

La estabilidad del vínculo conyugal obedece a muchos factores que son objeto de estudio, siendo los hábitos un principio fundante, pues están relacionados con el estilo de vida de los esposos, en donde el destino del vínculo establecido se relaciona con la forma de vivir las costumbres, los hábitos, el carácter que van configurando a nivel individual y como cónyuges, es decir, su *ethos* de vida.

El estudio investigativo realizado en Colombia se centra en un proceso de metodología de enfoque mixto tipo exploratorio y descriptivo que busca identificar los hábitos que desarrollan las parejas de matrimonios que conviven con más de veinte años de vida marital y comparten creencias espirituales; aplicándose en la población una entrevista semiestructurada sobre una población de veintiocho parejas, que se tomaron por muestreo voluntario y por referencia.

El estudio categoriza en doce áreas de convivencia el *ethos* matrimonial: la Comunicación, lo Espiritual, lo Económico, la Manifestación de afecto, las Relaciones con familias de origen, las Relaciones sexuales, la Educación de los hijos, el Uso del tiempo libre, las Labores domésticas, la Resolución de conflicto, la Promoción profesional y la Protección mutua; y en cada uno los hábitos desarrollados según el área, siendo los primeros cinco años, la época en que los adquieren gracias al capital humano que traen de su vida cultural y educativa, así como por la fuerza del amor y la espiritualidad que profesan.

Se evidencia como los hábitos pueden ser saludables para cada cónyuge y por ende reflejan su gran importancia en las relaciones de pareja en sus etapas, pues los cambios de hábitos se dan con el nacimiento de los hijos, la adolescencia de los mismos, así como a partir de crisis conyugales o cuando llegan a la edad del adulto mayor.

El estudio es un aporte a las futuras o ya constituidas parejas para que tengan una herramienta para trabajar en la vida conyugal, sobre la cual fundar su relación y llegar a consolidarla de manera que permanezca en el tiempo, he ahí la alta relevancia social y educativa de la investigación, pues busca dar claridad sobre los hábitos que las parejas deben tener en cuenta para desarrollar una relación que perdure en el tiempo y sea fundamental para la familia y el estado.

El vacío en la transmisión de valores, virtudes y buenos hábitos que se genera con la separación de la pareja, motiva la indagación que se realizó, queriendo ofrecer una respuesta válida a la pregunta sobre: ¿cuáles son los hábitos de pareja que contribuyen a la permanencia y consolidación de la relación matrimonial en las parejas que llevan más de veinte años de casados?

Palabras clave: hábitos saludables, permanencia pareja, etapas vida conyugal, estilos de vida, convivencia esposos.

INTERVENCIÓN POSITIVA DESDE FARMACIA COMUNITARIA RURAL EN EL TRATAMIENTO DE ANSIEDAD EN ADULTOS MAYORES DE 65 AÑOS

María Esther Cortés Fernández. Universidad de Granada, España

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), las enfermedades de salud mental en 2030 serán la principal causa de discapacidad. Una de estas enfermedades es la ansiedad, entendida, como la reacción emocional normal ante situaciones amenazantes para el individuo que se vuelven cotidianas y perturbadoras. En España durante el 2020 fuimos líderes mundiales en el consumo legal de ansiolíticos, hipnóticos, sedantes y antidepresivos. El abordaje de la salud mental en atención primaria está basado casi exclusivamente en el medicamento por: falta de tiempo con cada paciente, escasa presencia del psicólogo clínico en la Sanidad pública, bajo coste medicación ansiedad (benzodiazepinas). Figura del farmacéutico rural: cercano, accesible (establecimiento sanitario de amplio horario) y conocedor de la situación personal del paciente.

El objetivo principal de este trabajo es disminuir los síntomas de ansiedad aumentando el bienestar psicológico y social en adultos mayores 65 años desde la farmacia comunitaria rural. Los objetivos secundarios son:

- Identificar y aumentar las fortalezas individuales.
- Dar herramientas para aumentar resiliencia.
- Mejorar la gestión de las emociones.
- Mejorar adherencia terapéutica.
- Disminuir medicación.
- Reducir dependencia y costes de los cuidados asociados a la ansiedad.

La investigación se fundamenta a partir de la actividad desarrollada por la farmacia comunitaria rural en Paterna del Río (Almería-España). Hay 365 habitantes de los cuales el 27,4% son mayores de 65 años.

ZAP de la farmacia. Usuarios: pacientes adultos mayores de 65 años que acuden a la farmacia comunitaria rural con diagnóstico de ansiedad y prescripción farmacológica. Criterios de inclusión: mayores de 65 que acceden voluntariamente a entrevista y cuestionarios pudiendo realizarlos de forma autónoma. Criterios de exclusión: menores de 65, adultos imposibilitados para realizar la entrevista de forma autónoma o que no quieran firmar el consentimiento informado. Desarrollo de la intervención: 8 sesiones de hora y media repartidas en cuatro meses. 1. Captación paciente. Información de objetivos, proyecto, consentimiento, toma de datos, cuestionarios, conocimientos adherencia, información sobre psicología positiva y beneficios. 2. Identificación de fortalezas y emociones. 3. Potenciar resiliencia y desarrollando personalidad resistente. 4. Trabajo sobre control de las emociones y ansiedad. 5. Bienestar psicológico, ejercicio y creatividad. 6. Inducción de gratitud y amabilidad aumentando la satisfacción vital. 7. Identificación de metas, búsqueda de motivaciones y planificación para su obtención. 8. Recogida de resultados y propósitos de continuidad.

El Sistema Nacional de Salud prima el tratamiento con ansiolíticos sin aportar recursos para terapias psicológicas. Es necesario un trabajo disciplinar para mejorar calidad de vida de los pacientes y desde farmacia comunitaria podemos ayudar en el mantenimiento del sistema sanitario, la adherencia al tratamiento y la comprensión de la enfermedad.

Palabras clave: intervención positiva, farmacia comunitaria rural, ansiedad, mayores de 65 años, bienestar psicológico.

REGRESIÓN LOGÍSTICA: COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS CORRELACIONALES

Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú
Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú
Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú
Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú
César Miguel Guevara Llazca. Universidad Nacional del Callao, Perú

La comprobación de hipótesis para determinar relaciones significativas entre variables es generalmente resuelta con estadísticas paramétricas de PEARSON y no paramétricas con SPEARMAN. Nuestro aporte es presentar un enfoque predictivo para ambas variables. Es decir, indicar las posibilidades de ocurrencia de problemas.

Justificamos el estudio dado que existe trabajos de investigación que se limitan a las técnicas tradicionales de correlación y asociación como son la pruebas Pearson, Spearman, Chi cuadrado y Yates. La regresión logística representa una alternativa para investigaciones de diseño correlacional. La regresión logística establece una ecuación matemática entre variables dependientes e independientes con su respectiva significancia estadística. Varios casos pueden ser investigados como por ejemplo la problemática laboral que conlleva una sobrecarga en sus diferentes dimensiones y, cada una de ellas debe ser investigada para que se pueda implementar un programa ergonómico participativo para que se suceda la reducción correspondiente. Debemos determinar la dimensión que presenta mayor impacto. Esta dimensión de mayor impacto refleja el mayor riesgo para el talento humano.

El objetivo general de esta investigación es aplicar regresión logística a varias situaciones correlacionales. La metodología considera también la predicción de riesgos usando Odds ratios.

La comprobación de las hipótesis de regresión logística binaria se conforma con variables dicotómicas y variables dependientes continuas. Considera también posibilidades de ocurrencia del 50 % de la variable dependiente. Conjeturamos también que existe una relación significativa entre recurso humano profesional y sobrecarga laboral.

Palabras clave: regresión logística, sobrecarga laboral, impacto, riesgo, Odds ratio.

Juego, juego responsable y juego problemático

IMPACTO DE LOS CREADORES DE CONTENIDO EN LA PERCEPCIÓN DE SU AUDIENCIA ANTE LOS JUEGOS DE AZAR: ANÁLISIS DE LOS EFECTOS EN COMUNIDADES EN DIRECTO

Sergio Gutiérrez-Manjón. Universidad Complutense de Madrid, España
Bruno Castillejo-De Hoces. Universidad Complutense de Madrid, España

La red social Twitch, principal plataforma de transmisión de videojuegos en directo, está experimentando un aumento en la popularidad de los juegos de azar como categoría de contenido. El creciente interés por este tipo de contenido ha llevado a un aumento de *streamers* que transmiten juegos de azar atraídos por los altos ingresos que ofrecen las casas de apuestas virtuales. Estos creadores de contenido se dirigen a un público variado, incluyendo a menores de edad. Según datos de Twitch, alrededor del 17% de los espectadores masculinos y el 11% de los espectadores femeninos en la plataforma son menores de edad.

La influencia de estos líderes de opinión en sus comunidades es motivo de preocupación, ya que puede conducir al juego problemático y a la adicción entre sus seguidores. En respuesta a este problema, Twitch ha implementado iniciativas para frenar la retransmisión de apuestas en directo. Sin embargo, estos esfuerzos han sido ineficaces para evitar que los menores y las personas con problemas de adicción al juego accedan a este tipo de contenido.

Este estudio tiene como objetivo analizar el grado de influencia que los creadores de contenido ejercen sobre su audiencia al promover y transmitir juegos de azar en directo en sus canales. Se ha seleccionado una muestra de tres canales de Twitch con diferentes tamaños de audiencia e idiomas mediante un muestreo discrecional en un período determinado, la campaña de Navidad de 2022, en la que los ingresos publicitarios se multiplican en Twitch. Se ha aplicado una metodología mixta que combina la etnografía virtual, como método cualitativo para estudiar el comportamiento de las comunidades, y el análisis de sentimiento, como método cuantitativo para medir el nivel de compromiso y la positividad de la respuesta hacia los juegos de azar transmitidos.

Los resultados del estudio señalan que los creadores de contenido tienen una gran influencia en sus comunidades al transmitir juegos de azar en directo. Se advierte un elevado nivel de compromiso y una respuesta positiva de sus audiencias hacia estos contenidos, lo que indica una alta aceptación de los juegos de azar entre sus seguidores. Además, se ha observado una falta de medidas efectivas para prevenir la exposición de menores y personas con problemas de adicción al juego a estos contenidos.

Palabras clave: juegos de azar, redes sociales, Twitch, juego problemático, análisis de sentimiento.

ESTUDIO DE LA INCIDENCIA DEL REAL DECRETO 958/2020, DE COMUNICACIÓN COMERCIALES DE LAS ACTIVIDADES DEL JUEGO DESDE LOS PUNTOS DE VISTA SOCIOECONÓMICO Y LA PUBLICIDAD DE CASAS DE APUESTAS *ONLINE*

Julia Fontenla Pedreira. Universidade de Vigo, España

Jesús Pérez-Seoane. Universidade de Vigo, España

Juan-Manuel Corbacho-Valencia. Universidade de Vigo, España

El pasado 31 de agosto de 2020 entró en vigor el Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicación comerciales de las actividades del juego cuyo fin principal consistía en regular la publicidad y patrocinios del sector, desarrollar políticas de juego responsable y seguro, así como garantizar la protección de las personas consumidoras de este tipo de actividades. Restringe la actividad publicitaria a horario de madrugada (de 1 a 5), prohíbe bonos de captación, así como la publicidad y/o patrocinio de equipos deportivos. Por otro lado, se presta especial atención a públicos vulnerables como los menores de edad. La publicidad no podrá ir dirigida de ninguna forma a ellos, ni incitarlos al juego y deberá incluir explícitamente la advertencia de que los menores de edad no pueden jugar *online*.

El presente trabajo analiza los cambios producidos en el sector desde el punto de vista socioeconómico como de la publicidad de las principales casas de apuestas. Se combina un enfoque metodológico cuantitativo-descriptivo al recabar los datos de los informes de las principales entidades públicas y privadas del sector como del Ministerio de Sanidad, de la Dirección General de Ordenación de Juego, o de las patronales CEJUEGO y Jdigital con otro cualitativo de análisis de contenido de las campañas publicitarias de las principales casas de apuestas que operan en el territorio nacional y que se extrajeron de sus respectivos canales oficiales de YouTube.

Como resultados a nivel socioeconómico, cabe destacar que el sector de las apuestas *online* sigue evidenciando un crecimiento exponencial en cantidad de dinero destinado a apuestas, mientras que la inversión publicitaria se ha reducido considerablemente. Es decir, mientras el juego *online* se ha reducido con un notable descenso de cuentas registradas y altas de nuevas cuentas, sí han aumentado sus ventas. En cuanto a las campañas publicitarias prevalecen los mensajes aspiracionales al mostrar una realidad cercana y familiar en la que, además de incitar al juego transmite que conseguir el éxito es relativamente fácil mientras el individuo disfruta con la apuesta y/o jugada. Otro argumento recurrente es el de ganar dinero sin mucho esfuerzo o sin tener que hacer un desembolso monetario importante, al tiempo que la habilidad y la estrategia son determinantes.

Palabras clave: juegos de azar *online*, casa de apuestas, regulación publicitaria, juego responsable, ludopatía.

Comunicación y Salud en la infancia

INTERVENCIONES ARTÍSTICAS PARA LA HUMANIZACIÓN DEL HOSPITAL INFANTIL UNIVERSITARIO NIÑO JESÚS DE MADRID

Carlos Treviño Avellaneda. Universidad Complutense de Madrid, España

La hospitalización de los más pequeños causa una gran angustia en las familias y crea una especial empatía en la sociedad. El *Hospital Infantil Universitario Niño Jesús* de Madrid fue el primer hospital pediátrico de España y actualmente atiende a alrededor de medio millón de pacientes que acuden, según su afectación, desde cualquier punto del país. Fundaciones, asociaciones y personas voluntarias, sensibilizadas con estas familias, han invertido esfuerzos en hacer más llevadera su circunstancia mediante intervenciones artísticas, que se suman a otras actividades relacionadas con el juego y la atención educativa.

Esta investigación tiene como propósito analizar, desde el punto de vista de la utilización del arte como comunicación y terapia, estas intervenciones llevadas a cabo por entidades sin ánimo de lucro para humanizar el hospital, así como la opinión de los usuarios y profesionales al respecto.

El estudio divide las intervenciones en exteriores en la fachada y entrada, interiores (salas especiales como la de cuidados intensivos, teatro, cine, salas de espera, urgencias, etc.). También se pretende indagar en las formas de financiación utilizadas y la comunicación a la hora de promover las donaciones, comercializar productos y organizar eventos, fundamentalmente.

La información es recabada gracias al apoyo de los departamentos de comunicación del propio hospital y de las entidades promotoras, la consulta de memorias anuales, entrevistas con los responsables de los proyectos, formularios con familiares de todo tipo de pacientes y entrevistas en profundidad con las familias que acuden con regularidad desde todo el territorio nacional por pertenecer al colectivo de enfermedades poco frecuentes y los de larga estancia hospitalaria.

Los resultados muestran una percepción de los usuarios hacia las entidades que realizan este tipo de proyectos claramente positiva, ya que las labores que llevan a cabo tienen un impacto directo en mejora en la calidad de vida de los pacientes, especialmente los de larga estancia y crónicos. Estas intervenciones artísticas y otras acciones reducen el estrés a la hora de acudir a las consultas pediátricas. Las actividades para recaudar fondos contribuyen, además, a la sensibilización de la sociedad hacia esta situación dramática que tienen que sufrir las personas que se ven afectadas.

Palabras clave: arte, comunicación, pediatría, Hospital Niño Jesús, responsabilidad social corporativa.

EL ACCESO A LA SALUD ES COSA DE NIÑAS Y NIÑOS

Ariel Aragües. Ministerio de Salud, Argentina
Federico Gutiérrez. Ministerio de Salud, Argentina

El campo de la salud resulta muy amplio en términos comunicacionales. Además de los aportes a la promoción y la prevención, aparecen aquellos orientados a reducir las barreras de accesibilidad y mejorar la calidad de atención en los servicios sanitarios. Sin embargo, son muy pocas las experiencias comunicacionales relacionadas con la mejora en la accesibilidad o la calidad de atención que incluyen a la comunicación visual del entorno (ambientación y señalización de los espacios) como una herramienta significativa.

En esta última línea se inscribe el “Programa de Comunicación Visual del Entorno” que se viene implementando desde hace más de 10 años en el Hospital “Prof. Dr. J. Garrahan”, el centro pediátrico estatal de alta complejidad de Argentina.

Esta iniciativa asume a niñas y a niños como sujetos de derecho, y organiza la comunicación en torno a sus necesidades. Ellos y sus familias llegan a este hospital como instancia final de un largo derrotero lleno de incertidumbre y derivaciones médicas. La estrategia comunicacional referida busca potenciar la contención y empatía brindadas por el equipo de salud de esta institución emblemática, dando la bienvenida desde el ingreso y acompañando en cada paso a quienes lo transitan con la esperanza de lograr una mejor calidad de vida para las niñas y los niños.

El programa comprometió desde su inicio al equipo de salud, partícipe directo y co-creador de los contenidos dispuestos a lo largo del hospital, que hoy contempla intervenciones de comunicación, diseño gráfico, diseño industrial, arquitectura, artes plásticas y escenográficas en más de 2.500 m² de paredes, techos, pisos, instalaciones y mobiliarios de la institución, incluidas 60 obras artísticas originales realizadas con la participación de niñas, niños y más de 30 artistas plásticos; 30 esculturas e instalaciones lúdicas; ambientación de 2 salas de resonancias magnéticas y 2 salas de tomografías, dando como resultado espacios respetuosos, contenedores, lúdicos, educativos y más saludables en términos integrales.

El bienestar que propicia la comunicación del entorno implementada facilita la disposición y adherencia de las niñas y niños a los tratamientos que deben atravesar en el proceso de salud/enfermedad, evitando en muchos casos recurrir a la sedación total o parcial para realizar algunos estudios diagnósticos.

Esta experiencia permite concluir que los espacios también comunican. Y, por lo tanto, su intervención pensada y estratégica puede ser un aporte a la accesibilidad y la calidad de atención, en este caso, de la salud pediátrica

Palabras clave: comunicación, salud, accesibilidad, diseño, infancias.

EDUCACIÓN MUSICAL PARA LA GESTIÓN EMOCIONAL EN EL AULA

Vicenta Gisbert Caudeli. Universidad Autónoma de Madrid, España

La gestión emocional es un factor determinante en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se reúnen en este trabajo estudios que han indagado en la autopercepción docente, investigaciones que vinculan la relevancia de mantener un clima positivo en el aula, la importancia de la autorregulación emocional, la conexión empática y cómo la música se convierte en una magnífica herramienta que vincula todo ello.

La neurociencia ha mostrado en estas últimas décadas la relevancia y utilidad de comprender el funcionamiento cerebral para obtener mejores resultados en todas las facetas del individuo, concretamente nos ocuparemos del aprendizaje en este caso. El proceso comunicador en el aula se ha ido transformando y adaptando a las nuevas tendencias pedagógicas buscando una mayor eficacia en la labor docente y unos resultados significativos en el alumnado, por tanto, reunimos en este trabajo un compendio actualizado y vinculado con el aprendizaje musical como recurso preventivo de la salud emocional.

Desarrollar la conciencia emocional en el aula sirviéndose de la expresión musical resulta ser un eje transversal relevante tanto en la formación integral como en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se ha de partir de la identificación emocional como primer acercamiento, comprender las propias emociones es importante para poder trabajar la autogestión emocional.

Una buena gestión emocional resulta determinante en la interacción con los demás, compañeros, familia, etc., se trata de proporcionar recursos que permitan una incorporación activa en la sociedad actual. La formación integral no se centra únicamente en los contenidos, sino que ha de facilitar también la adquisición de competencias emocionales y sociales. Lo que inicialmente se denominó Inteligencia Emocional, pasó posteriormente a trasladarse a términos diferentes: autogestión emocional, autorregulación emocional... Lo importante es que en ellos subyace una idea común consistente en identificar y manejar las propias emociones para poderlas controlar.

Vincular aspectos emocionales con estímulos musicales ha sido un recurso utilizado en investigaciones anteriores, algunas centradas en formación de profesorado y otras con una visión más psicológica. Esta aportación se centra en el propio alumnado, sabiendo además que la educación emocional se trabaja generalmente en alumnado de mayor edad sin que exista razón para ello, pues cuanto antes se inicie la identificación emocional antes se controlará la gestión emocional y la interacción en el aula.

Palabras clave: educación musical, gestión emocional, educación infantil, comunicación docente, interacción en el aula.

CASOS Y CONTROLES EMPAREJADOS: COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS CORRELACIONALES

Hernán Óscar Cortez Gutiérrez. Universidad Nacional del Callao, Perú
Mercedes Lulilea Ferrer Mejía. Universidad Nacional del Callao, Perú
Ana María Yamunaque Morales. Universidad Nacional del Callao, Perú
Braulio Pedro Espinoza Flores. Universidad Nacional del Callao, Perú
César Miguel Guevara Llazca. Universidad Nacional del Callao, Perú

Las relaciones significativas entre variables son resueltas con estadísticas paramétricas de PEARSON y no paramétricas con SPEARMAN. Nuestro aporte es presentar un enfoque predictivo de asociación entre variables cualitativas para el caso de casos y controles con muestras emparejadas. Es decir, el número de casos coincide con el número de controles.

Para la selección de muestras emparejadas para casos y controles se toma en cuenta la prevalencia de los casos según formula probabilística. Justificamos el estudio dado que existe trabajos de investigación que se limitan a las técnicas tradicionales de asociación para variables cualitativas usando chi cuadrado y Yates sin tomar en cuenta la dimensión de las tablas cruzadas y los tamaños de muestras utilizadas. Varios casos pueden ser investigados como por ejemplo el problema de las complicaciones en recién nacidos en función a los factores maternos y neonatales con un enfoque de casos y controles. En este caso trabajar con muestras emparejadas pueden dar resultados diferentes a lo realizado con muestras emparejados.

Esta investigación aplica el enfoque de casos y controles a muestras emparejados para estudios que establecen asociación entre factores maternos y las complicaciones como la termorregulación en recién nacidos.

La metodología considera también considera regresión logística para la predicción de riesgos usando Odds ratios.

La comprobación de las hipótesis aplica la regresión logística binaria con variables dicotómicas y variables dependientes continuas. Conjeturamos también que existe una relación significativa entre factores maternos, neonatales y complicaciones en el recién nacido. Estas complicaciones pueden también ser con respecto a la termorregulación corporal.

Palabras clave: casos y controles, muestras emparejadas, regresión logística, impacto, Odds ratio.

LAS NOTICIAS SOBRE AUTOLESIONES DE MENORES Y GESTIÓN EMOCIONAL EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN

José Gabriel Fernández Fernández. Universidad Rey Juan Carlos, España
Esther Martínez Pastor. Universidad Rey Juan Carlos, España

Las autolesiones en niños y jóvenes se han multiplicado por 56 en la última década, según la Fundación ANAR. En esta comunicación, que es parte del proyecto de investigación del grupo Comkids de la Universidad Rey Juan Carlos, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, pretende analizar la información sobre autolesiones de menores recogida en los informativos de televisión en el primer trimestre de 2023, identificando el modo de aparición de las autolesiones en menores, la difusión de causas y consecuencias y las fuentes utilizadas, gracias a un análisis cuantitativo y cualitativo de los informativos de mayor audiencia de las principales cadenas de televisión.

Como resultado, se ha podido determinar la poca presencia de este preocupante asunto en los informativos más vistos, y definir cómo es el tratamiento de estas actitudes por parte de los medios audiovisuales, enfocados a casos puntuales vinculados con el suicidio, el *bullying* y la salud emocional.

Palabras clave: comunicación, salud, tratamiento de autolesiones, menores, informativos en televisión.

Fundamentos teóricos de la comunicación y Salud

COMUNICACIÓN EN SALUD SOBRE COVID-19 EN IBEROAMÉRICA: UN ESTUDIO DE REVISIÓN

Julio C. Águila Sánchez. Universidad Alicante, España

La pandemia acontecida por la covid-19 ha acaparado la atención de científicos e investigadores no sólo de las ciencias de la salud, sino de la mayoría de las áreas de estudios desde las cuales se puede analizar un fenómeno como éste, con implicaciones sociales, políticas, económicas e incluso emocionales. Los procesos comunicativos y educativos también han sido objeto de análisis, precisamente por el rol que éstos juegan en los momentos de crisis sanitarias.

El objetivo de este artículo de revisión es analizar la producción científica sobre comunicación en salud y la covid-19 en Iberoamérica, publicada en revistas indexadas en la *Web of Science* y *Scopus* en los primeros años de la pandemia: 2020 y 2021. Para ello, se llevó a cabo una revisión sistemática de tipo narrativa a una muestra de 143 artículos científicos. Esto permitió obtener un panorama general de lo producido, además de sus peculiaridades o principales aportes.

La producción científica sobre comunicación en salud y covid-19 en Iberoamérica ha tenido una amplia acogida en revistas de alto impacto, debido a la novedad del tema, y a la necesidad de generar conocimiento y publicar resultados sobre un fenómeno todavía inacabado. En el plano teórico, esta revisión demuestra que existe un diálogo interdisciplinario entre la comunicación y otras áreas del conocimiento. También la comunicación en salud y la comunicación de crisis han sido las categorías propias del campo de la comunicación más recurrentes en los artículos revisados.

Las áreas temáticas privilegiadas en los estudios son una muestra de las principales preocupaciones investigativas que despertó la pandemia en el terreno comunicacional. La revisión también refleja que continúan muy presentes las áreas de estudios ya consolidadas dentro del campo de la comunicación, como la comunicación digital, la institucional o la mediática, así como el uso de las TIC en la educación y en general. Estos son algunos elementos que caracteriza a los estudios sobre la comunicación en salud y la covid-19, en la región iberoamericana, lo cual evidencia las principales áreas de interés para los investigadores y las revistas, los temas más y menos abordados, y principalmente las brechas del conocimiento que se han cerrado y las que continúan abiertas.

Palabras clave: comunicación para la salud, revisión, covid-19, revistas científicas, Iberoamérica.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y ESTRÉS: ¿ESTÁN SIENDO TRANSFORMADOS NUESTROS PROCESOS COGNITIVOS?

Francisco-Javier Saavedra-Macías. Universidad de Sevilla, España
Lara Murvartian. Universidad de Sevilla, España

En la última década, se ha detectado un aumento de las experiencias emocionales negativas (e.g., estrés, ansiedad y depresión) globalmente, y se prevé un incremento en la prevalencia de trastornos de ansiedad y depresión. Si bien no se puede afirmar que el aumento del uso abusivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) sea una de las causas, existe evidencia empírica que relaciona el uso masivo de las TIC con el estrés y los trastornos psicológicos. En este sentido se han acuñado términos como el síndrome de la sobrecarga de comunicación e información, el cual puede saturar nuestro sistema cognitivo y provocar problemas de atención, fatiga, trastornos emocionales.

La presión para responder a las elevadas demandas sociales de las TIC es otra de las consecuencias negativas detectadas en esta línea. Otro ejemplo sería la interferencia que las TIC suponen en las pautas habituales de interacción cara a cara, la cual se ha relacionado con un bajo bienestar psicológico y un mayor número de síntomas depresivos. Por último, la intensidad de uso de los dispositivos móviles y el tiempo dedicado a las redes sociales se ha asociado con alteraciones del sueño, depresión y un aumento de los síntomas clínicos de ansiedad, todo lo cual aumentaba la probabilidad de padecer trastornos de ansiedad. A todo esto, se suma que se ha hallado un sesgo informativo negativo en las TIC, ya que difunden inmediatamente información que es más emocionalmente negativa que positiva.

En este trabajo de revisión teórica y discusión, exploramos la hipótesis de que el uso masivo de las TIC y el estrés que conlleva también estén transformando nuestros procesos cognitivos, lo que podría explicar un cambio sistémico en la forma en que procesamos y recordamos la información. Basándonos en resultados experimentales de los últimos años en la psicología de la memoria y el aprendizaje y en la neurociencia, discutimos la posibilidad de que altos niveles de estrés provoquen una transformación general del estilo de procesamiento de la información, pasando de un sistema predominantemente flexible a otro más rígido basado en hábitos, condicionamientos y gobernado por áreas cerebrales específicas. Se sugiere que estos cambios en la forma de pensar y procesar la información pueden tener consecuencias sociales y políticas significativas.

Palabras clave: comunicación para la salud, estrés, TIC, información, procesos cognitivos.

