

BLOGS: The most useful technologies for sharing information and communication for GP

Raquel Gómez Bravo. Especialista en Medicina Familiar y Comunitaria.

En el siglo XXI, el desarrollo de las nuevas tecnologías en el mundo sanitario ha sido espectacular en todos los sentidos. Una de las herramientas más utilizadas para compartir información e impresiones son los blogs, hasta tal punto que los de algunos profesionales se han convertido en verdaderas palestras públicas veneradas.

Un blog es un instrumento impresionante, simple, fácil y con un potencial extraordinario. Es muy sencillo “colgar” información y proporciona un espacio donde no sólo se puede compartir información u opiniones, sino que tiene cabida al mismo tiempo el debate, del que el resto de los usuarios participa activa y gustosamente, porque les resulta mucho más interesante un foro donde puedan interaccionar.

Para crear un blog sólo son necesarias dos cosas: Conexión a Internet e ideas. Cualquiera puede hacerlo, de hecho yo misma, que poseo unos conocimientos muy básicos de informática, soy la webmaster de tres blogs, cada uno de un perfil diferente: personal, profesional de un grupo de trabajo e institucional. Como toda herramienta, hay que valorar pros y contras, sobre todo cuando el público al que nos dirigimos son nuestros pacientes o teniendo presente que tienen acceso a esa información.

Si analizamos el ranking de blogs españoles relacionados con el mundo sanitario, encontramos que progresivamente los profesionales sanitarios ocupan las primeras posiciones. Este es un punto fundamental porque, por ejemplo, si nos centramos en las preocupaciones sanitarias actuales de la población, en el último estudio que he realizado en el equipo de un servicio de urgencias, el 70% del personal buscó información sobre la gripe A en los medios como: televisión, radio, prensa e Internet.

En este sentido, el ejemplo más relevante ha sido Gripe y Calma, una iniciativa pionera a nivel mundial en el mundo de la salud:

El día 3 de septiembre, cuarenta blogs escritos por profesionales del mundo de la sanidad española publicaban simultáneamente un manifiesto que llamaba a la calma ante la pandemia de la Gripe A, sobre todo frente a las informaciones de tono alarmista que se estaban transmitiendo en los medios de comunicación y desde las esferas políticas.

Bajo el colectivo Gripe y Calma (<http://gripecalma.wordpress.com>) se han agrupado así importantes profesionales bajo un objetivo común y sin ninguna otra pretensión que la de dar una información clara sobre un tema de radical importancia.

Estamos ante una iniciativa pionera en el mundo que reúne a los más destacados blogs sanitarios españoles referentes en el panorama internacional firmado por profesionales esenciales del panorama sanitarios español.

Esta iniciativa, que cuenta con su propio blog, se ha visto ya reflejada en más de 150 blogs y medios de comunicación y de los objetivos con los que partía han conseguido *que el mensaje de los medios y de las autoridades se oriente hacia la calma*

¿Cuál es el fundamento de esta difusión?

Bajo el objetivo de llegar al mayor número de personas, la acción se planteó multiplicando las voces del mensaje: a través de las audiencias de cada uno de los blogs participantes, a los que se sumaban los blogs que se han ido adhiriendo a la iniciativa. Además, se planteó de manera complementaria reforzar la acción a través de dos redes sociales: facebook y twitter. En Facebook se creó una fanpage bajo la denominación Gripe A: ante todo mucha calma en el que se ha estado publicando cada una de las novedades existentes en el blog común, además de reflejar los impactos conseguidos en prensa generalista y especializada.

La página cuenta con cerca de 1.000 admiradores que han ido suscribiéndose a través de un efecto fundamental de w-o-m (word of mouth) es decir, el boca a boca. Son los propios

usuarios los que han invitado a otros usuarios (al margen de las visitas procedentes de otros canales exteriores).

Junto con el grupo Facebook, se ha hecho uso del canal Twitter y que se constituye como una de las auténticas revoluciones del mundo de la comunicación. Con un usuario @gripeycalma se han ido publicando en mensajes de 140 caracteres cada una de las novedades producidas en el grupo así como actualizando información sobre repercusión y recogiendo opiniones de otros profesionales.

Paralelamente, han sido los propios profesionales los que han hecho uso de las listas de distribución especializadas (como MEDFAM) para distribuir el mensaje firmado por el colectivo Gripe y Calma.

Las herramientas 2.0 en la sanidad

Esto no hace sino poner sobre la mesa la importancia de la movilización a través de internet para llegar a la sociedad en general. Los profesionales sanitarios tienen, por tanto, un nuevo canal fundamental para llegar a la sociedad, para establecer nuevos canales de comunicación con los pacientes: internet. Y herramientas tan potentes como los blogs y redes sociales.

Según los últimos datos publicados (diciembre 2008) el 70% de los internautas españoles busca respuesta en la red a sus inquietudes sobre salud. Más de 50.000 portales en castellano ofrecen este tipo de información.

¿Cuál es el problema?

- Volumen no es igual a calidad
- Dificultad para seleccionar la información relevante
- No toda la información que se encuentra en la red tiene base científica y es verdadera.
- Gran cantidad de información interesada (intereses empresariales - farmacéuticas, etc.)
- Las consultas a través de la red de los usuarios antes de ir a una consulta médica se han multiplicado en los últimos meses.
- En internet encontramos todo tipo de información: positiva y negativa. Flaco favor hacen a los profesionales sanitarios y a la sociedad en general los contenidos poco fundamentados y no científicos en un área tan sensible como es la relativa a la salud.

Si analizamos los ranking de blogs en español de referencia del mundo de la salud, encontramos que, cada vez más, los profesionales sanitarios figuran entre las primera posiciones. En concreto, de los profesionales que están detrás de esta iniciativa, muchos de ellos se encuentran en las primeras posiciones de estos ránkinngs (Wikio o Alianzo, por ejemplo) y son referentes imprescindibles fuera de la red y no sólo en el ámbito nacional: Juan Gervas, Vicente Baos, Rafael Bravo por ejemplo, forman parte de esta iniciativa.

Blogs: virtudes y peligros

Un blog nos permite establecer un canal de comunicación directo con los autores, nos da la libertad de tener un espacio propio único en el que no existen otras normas que las que pongamos nosotros.

Ahora bien, el blog es una seña de identidad: a través de las entradas, estamos también

posicionándonos a través de nuestra visión, de la información que publiquemos y el enfoque que le demos, de las opiniones que vertamos.

El blog puede plantearse de muchas formas: personal, profesional, estrictamente hablando, o bien una combinación de ambas.

Los autores ven, muchas veces, en este espacio, la oportunidad no sólo de reflejar sus opiniones sobre temas concretos, sino también la necesidad de denunciar situaciones, difundir experiencias concretas, dar respuestas o hablar de un tema específico relacionado con su área en concreta.

En el caso de los principales bloggers sanitarios, nos encontramos con las dos vertientes:

- Blogs estrictamente profesionales: publican sobre experiencias de su trabajo, temas científicos y profesionales.
- Blogs personales: profesionales sanitarios que ofrecen una mirada sobre su día a día desde un punto de vista personal y la intercalan con contenidos puramente personales.

Como ya hemos visto y sabemos, hay mucha información en internet pero no hay tantos profesionales que nos ofrezcan esa información de manera cercana a los usuarios.

¿Por qué tener un blog?

Los blogs se han convertido, cada día más, en importantes fuentes de información. Los usuarios buscan respuestas, informaciones referentes, cualificadas, que nos merezcan respeto y confianza. Los blogs firmados por los profesionales se convierten así en voces autorizadas sobre temas específicos.

Es importante establecer un canal de comunicación directo y cercano con los usuarios. Además, hoy día, disponer de un blog es especialmente sencillo:

- No requiere conocimientos técnicos avanzados: existen plataformas de gestión que permiten disponer de un blog de manera sencilla y fácil.
- Son gratuitos: las principales plataformas (wordpress y blogger) son gratuitas.

No obstante, los blogs también conllevan una serie de "peligros":

- No hay que olvidar que se trata de espacios personales por lo que estamos ante visiones particulares.
- Pueden convertirse en una plataforma donde los usuarios quieran formular consultas médicas.

De momento, por tanto, no estamos ante una herramienta de telemedicina pero los blogs ofrecen grandes posibilidades especialmente si los combinamos con otras redes sociales.

En el caso de la iniciativa sobre la Gripe A, por ejemplo, el blog común <http://gripeycalma.wordpress.com> se apoyó también con acciones a través de Facebook y Twitter. Pero en casos como los de la pandemia de Gripe A, encontramos otros widgets de utilidad o por lo menos curiosos que sirven para ilustrar cómo estas herramientas 2.0 pueden ser un soporte para hablar de un nuevo tipo de comunicación con los pacientes: google maps para ver el desarrollo de la enfermedad.

RESUMEN:

- Los usuarios hacen uso de la red cada día más para consultas relacionadas con la salud.
- Iniciativas como Gripe y Calma ponen de manifiesto la potencia de las nuevas herramientas 2.0: blogs y redes sociales para llegar a la sociedad y a las administraciones públicas.
- Los blogs son canales privilegiados de comunicación de los profesionales con sus usuarios pero conllevan también riesgos.
- Los profesionales sanitarios no deben ignorar las nuevas herramientas que ofrece internet para acercarse a sus pacientes, para informar a la sociedad de una manera más cercana y accesible.

Planteamos preguntas:

- ¿Pueden los blogs convertirse en una herramienta complementaria para la telemedicina?
- Los grandes profesionales de la sanidad española ya ven la importancia de los blogs y comienzan a firmar los suyos. Sin embargo suelen ser profesionales de mediana edad, ¿qué pasa con los jóvenes?