



746 - CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LOS SEGUIDORES DE UNA CUENTA OFICIAL DE TWITTER® DE UN SERVICIO DE MEDICINA INTERNA

E.M. Aparicio Minguijón, C. Heredia Mena, M.Á. Verdejo Gómez, J. Boan Pérez, I. Aldao Argüelles, E. García Delicado, M. Díaz Santiañez y B. de Miguel Campo

Hospital Universitario 12 de Octubre. Madrid.

Resumen

Objetivos: Describir las características demográficas de los seguidores de una cuenta de divulgación médica de un servicio de Medicina Interna en Twitter®, así como su valoración de los contenidos de la misma.

Métodos: Se realizó una encuesta online mediante Google Docs® a los seguidores de la cuenta cuando esta contaba con 6.871 seguidores. Los participantes dieron su consentimiento para el uso de sus datos con fines científicos.

Resultados: Se obtuvieron 255 respuestas totales. El 58% de los encuestados tenía entre 20 y 30 años, el 22% entre 30 y 40 años, el 10,6% entre 40 y 50, y un 9% más de 50 años. El 84,7% tenían como país de origen España, siendo la práctica totalidad del 15,3% restante de países de Hispanoamérica (destacando México con el 4,3%). El 93,9% de los encuestados eran médicos, el 2,4% enfermeros y el 3,7% tenían otra profesión del ámbito sanitario. Dentro de la profesión médica, el 41% era médico adjunto, el 28% estudiante u opositor MIR, el 30,5% residente y un 0,4% jubilados. El 57,3% eran especialistas en Medicina Interna, un 11,9% en Medicina Familiar y Comunitaria, y el 30,8% de otras especialidades. La cuenta fue conocida a través de “retuit” o “me gusta” por el 84,3% de los encuestados, por recomendación en el trabajo en el 8,6% y en el 6,3% por un tuit compartido por otra vía. A la pregunta “¿Cómo crees que te ayuda la cuenta en tu día a día?”, la puntuación media obtenida fue de 7,33 puntos (0 = ninguna ayuda; 10 = mucha ayuda), destacando por subgrupos que la valoración media por parte de los adjuntos fue de 7,02, de los residentes de 7,68 y de los estudiantes 7,53. Respecto al tipo de ayuda, el 71,9% apuntó que mejoraba su diagnóstico diferencial, un 17,8% modificaron su práctica terapéutica habitual, el 53,8% la reforzaron, mientras que el 8,7% no se vieron influenciados. El 67,7% recomendó la cuenta a sus compañeros, y hasta un 28,2% pensó en crear una cuenta divulgativa similar en su ámbito laboral. En cuanto al tipo de información compartida más atractiva, los casos clínicos obtuvieron el 89% de los votos, los consejos prácticos el 63%, las imágenes clínicas el 59%, los hilos divulgativos un 40% y los comentarios de artículos el 28%.

Conclusiones: Las redes sociales como Twitter® son una herramienta útil para la divulgación en medicina interna, permitiendo un acceso rápido a información valiosa en la práctica clínica. El perfil de seguidor más frecuente de la cuenta es el internista adjunto joven de origen español, seguido por

médicos residentes y estudiantes de medicina. La utilidad en el día a día de la información fue valorada de forma positiva por los seguidores (en mayor medida entre residentes y estudiantes que entre adjuntos), especialmente en la mejora del diagnóstico diferencial. El formato de caso clínico es el preferido por los seguidores para hacer llegar la información, seguido de consejos prácticos e imágenes clínicas.