

Recibido: 13/06/2022 - Aceptado: 12/07/2022 - Publicado: 04/08/2022

VIDEOCONSEJOS “TU FARMACÉUTICO INFORMA” EN YOUTUBE: ANÁLISIS DE EFICACIA E IMPACTO EN LA EDUCACIÓN SANITARIA DE LOS INTERNAUTAS

“TU FARMACÉUTICO INFORMA” VIDEO ADVICE ON YOUTUBE: ANALYSIS OF
EFFECTIVENESS AND IMPACT ON THE HEALTH EDUCATION OF INTERNET USERS

 **Carlos Jardón Vassallo:** Consejo General de Colegios Farmacéuticos. España.
carlosjardonvas@gmail.com

Cómo citar el artículo:

Jardón Vassallo, C. (2022). Videoconsejos “Tu Farmacéutico Informa” en Youtube: análisis de eficacia e impacto en la educación sanitaria de los internautas. *Revista de Comunicación de la SECCI*, 55, 211-226. <http://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e789>

RESUMEN

El Doctor Google es un fenómeno habitual en nuestro día a día. Antes de ir a la consulta con el médico/farmacéutico o después de ella acudimos a Internet para buscar información relacionada con nuestra salud y con los términos que nos ha comentado el profesional sanitario.

La búsqueda de información sanitaria *on line* es una práctica que realizó el 67% de los españoles entre 16 y 74 años en 2020, según datos de la Oficina de Estadística de la Unión Europea – Eurostat. Un porcentaje de búsqueda que se sitúa por encima de la media europea y que permanece en crecimiento desde el año 2017 en que se situaba en el 57% de los españoles.

Palabras clave: Redes Sociales, Educación Para la Salud, Información sanitaria, Profesionales sanitarios, Farmacéuticos, Comunicación institucional, YouTube, desinformación, comunicación audiovisual

ABSTRACT

Doctor Google is a common phenomenon in our day-to-day. Before going to the consultation with the doctor/pharmacist or after it, we go to the Internet to look for information related to our health and the terms that the health professional has told us.

The search for health information online is a practice that was carried out by 67% of Spaniards between 16 and 74 years of age in 2020, according to data from the Statistical Office of the European Union - Eurostat. A search percentage that is above the European average and that has been growing since 2017 when it stood at 57% of Spaniards.

Keywords: Social Networks, Health Education, Health Information, Health professionals, Pharmacists, Institutional communication, YouTube, disinformation,

audiovisual communication

DICAS EM VÍDEO "SEU FARMACÊUTICO INFORMA" NO YOUTUBE: ANÁLISE DA EFICÁCIA E IMPACTO NA EDUCAÇÃO EM SAÚDE DE USUÁRIOS DE INTERNET

RESUMO

Doutor Google é um fenômeno comum no nosso dia a dia. Antes de ir à consulta com o médico/farmacêutico ou depois dela, vamos à Internet para procurar informações relacionadas com a nossa saúde e com os termos que o profissional de saúde nos indicou.

A busca de informações de saúde online é uma prática que foi realizada por 67% dos espanhóis entre 16 e 74 anos em 2020, segundo dados do Serviço de Estatística da União Europeia - Eurostat. Um percentual de pesquisa acima da média europeia e que vem crescendo desde 2017, quando era de 57% dos espanhóis.

Palavras-chave: Redes Sociais, Educação em Saúde, Informação em saúde, Profissionais de saúde, Farmacêuticos, Comunicação institucional, YouTube, desinformação, comunicação audiovisual

1. INTRODUCCIÓN

El consumo diario de horas en redes sociales por parte de los españoles en el año 2021 ha superado por primera vez al consumo en medios tradicionales: prensa, radio, televisión. Mientras que en las Redes Sociales se consumieron en 2021 una media de 215,4 minutos diarios; en el medio televisivo fueron de 207,7 minutos; en la radio de 92,1 minutos y en prensa diaria, de apenas 5,7 minutos (AIMC, 2022). Un empleo de las redes sociales por parte de los internautas españoles que en el 66% de los casos son utilizadas para informarse, siendo éste uno de sus principales usos (Internet Advertising Bureau Spain 2021).

Las redes sociales están en auge y la información sanitaria es una de las áreas temáticas más demandadas. La búsqueda de contenidos sanitarios *on line* fue una práctica que realizó el 67% de los españoles de entre 16 y 74 años en 2020 (Eurostat 2020). Porcentaje de búsqueda que se sitúa por encima de la media europea y que ha crecido diez puntos porcentuales en los últimos 5 años.

La información sanitaria interesa y las redes sociales constituyen un importante canal de información y educación para la salud. De acuerdo con una revisión bibliográfica sobre el uso de redes sociales y su implicación para la comunicación en salud de artículos publicados en WoS y PubMed entre los años 2009-2019, el 64,3% de los artículos concluyen afirmando que Twitter es una herramienta efectiva para educar en salud (Cambronero & Gómez, 2021). No obstante, dicha revisión bibliográfica determina que en un 58,3% de los artículos se considera todavía necesaria una mayor intervención por parte de los profesionales sanitarios en la comunicación y la generación de contenidos de salud en Redes Sociales.

Una presencia de profesionales sanitarios e instituciones del sector en plataformas sociales que aporten contenido de valor, atractivo y adaptado al lenguaje de cada red social. Una intervención y participación de grupos de profesionales de la salud, revista científicas, organismos oficiales, etc. como fuentes de información primaria, que contribuya a aportar veracidad a los contenidos sobre salud en las redes sociales. Una de las ventajas de las redes sociales es que cualquiera que tenga una duda o una pregunta, puede obtener respuesta inmediata a su necesidad, teniendo en cuenta que esta mayor difusión de conocimientos debe ir unida con un mayor compromiso tanto con la calidad formal de lo que se publica como con la exigencia de veracidad (Matarín, 2016).

La desinformación y la publicación de contenido falso a través de las plataformas sociales constituyen un grave problema en todos los ámbitos, ya sea en el político, el económico o el social. Pero adquiere mayor gravedad en el ámbito sanitario en donde la difusión de bulos puede poner en riesgo la salud y la vida de las personas. La cuarta edición del Estudio Salud Sin Bulos 2021 apunta a las Redes Sociales como el principal canal de difusión de bulos sobre salud (45%), mientras que WhatsApp y otras aplicaciones de mensajería instantánea se sitúan en segundo lugar (24.9%). En cuanto a los principales formatos a través de los cuáles circulan los bulos en salud se identifican: los artículos en Internet (39,95), seguido de los vídeos (19%) y de los audios (19%) (Instituto Salud Sin Bulos, 2021).

En este contexto de predominio de las Redes Sociales, de generación de contenidos sanitarios y de lucha contra la desinformación se enmarca la creación del canal de videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa" en YouTube. Un proyecto de educación sanitaria —iniciado en octubre de 2016— impulsado por una organización profesional como el Consejo General de Colegios Farmacéuticos de España y una productora especializada en salud como Medicina TV, cuya finalidad es aportar contenidos fiables y de calidad sobre la promoción de la salud y el uso responsable de los medicamentos.

2. OBJETIVOS

El empleo de recursos audiovisuales en el ámbito de la educación para la salud es una tendencia creciente. Sin embargo, existe poca literatura sobre la medición, eficacia y alcance de programas audiovisuales concretos llevados a cabo con el fin de promocionar la salud, así como combatir la desinformación.

El objetivo de la presente comunicación es aportar la experiencia del canal de videoconsejos Tu Farmacéutico Informa en YouTube, en sus más de 5 años de existencia, con la publicación de un videoconsejo semanal. Unas piezas audiovisuales creadas bajo criterios de licencia *creative commons*, en su categoría de Atribución-NoComercial-NoDerivadas (CC BY-NC-ND) para facilitar su difusión y alcance.

Un proyecto que cuenta, durante el periodo analizado, con más 65,6 millones de visualizaciones, en el que se han elaborado más de 300 videoconsejos sobre diferentes temáticas como uso de medicamentos, manejo correcto de inhaladores, plantas medicinales, dermofarmacia, productos de apoyo, así como información

sobre mascotas y medicamentos de uso animal.

3. METODOLOGÍA

Para medir y analizar la eficacia e impacto del proyecto de videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa" sobre la educación sanitaria de los internautas se ha realizado un análisis cuantitativo de las cifras del canal extraídas de Google Analytics en el periodo comprendido entre la fecha de lanzamiento del proyecto —octubre de 2016— hasta marzo de 2022.

Asimismo, se han analizado los más de 18.900 comentarios recibidos en los videos alojados en la plataforma; las piezas audiovisuales que más veces se han compartido por los usuarios a través de otras redes sociales y se han realizado también encuestas entre la propia comunidad de usuarios del canal "Tu Farmacéutico Informa" empleando para ello las herramientas que YouTube pone a disposición de los creadores de contenido. Una comunidad del canal Tu Farmacéutico Informa que alcanza los 374.500 seguidores durante el periodo estudiado.

4. RESULTADOS

La foto fija del canal de videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa", a fecha de cierre del estudio, proyecta una iniciativa de educación sanitaria consolidada en sus principales indicadores (Tabla 1) con un total de 374.500 usuarios suscritos, más de 65 millones de visualizaciones acumuladas, con una retención de la audiencia o duración media de visionado de cada pieza audiovisual del 60%, lo que refleja el interés de los internautas por los contenidos elaborados.

Asimismo, el proyecto ha recibido más de 640.000 me gusta; se han compartido cerca de medio millón de veces los videoconsejos a través de otras plataformas amplificando su difusión; y se han gestionado 18.900 comentarios y preguntas relacionadas con el contenido de los videos.

Tabla 1.
 Datos generales y videos más vistos del canal youtube "Tu Farmacéutico Informa"

DATOS GENERALES				
Métrica	Valor	Cambio		
Vistas	65.689.029	↑ 486,485.4%		
Suscriptores Ganados	374.533	↑ 211,500.6%		
Me gustas	641.439	↑ 451,617.6%		
Compartido	493.366	↑ 76,868.2%		
Comentarios	18.987	↑ 632,800.0%		

Vid...	Título del vídeo	Vista...	Duración	Suscripci...	Comentari...	%Visualizacio...
1.	 Sildenafil, cuándo y cómo debemos tomarlo. Tu Farmacéutico Informa	4.153.1...	00:02:23	22.341	472	69,34 %
2.	 Metformina, cuándo y cómo debemos tomarla. Tu Farmacéutico Informa	3.298.7...	00:02:55	22.329	606	68,16 %
3.	 Jengibre, cuándo y cómo debemos tomarlo. Tu Farmacéutico Informa - #PlantasMedicinales	2.389.8...	00:02:37	17.059	340	68,51 %
4.	 Azitromicina, cuándo y cómo debemos tomarla. Tu Farmacéutico Informa	1.971.1...	00:02:34	11.367	444	70,37 %
5.	 Ibuprofeno, cuándo y cómo debemos tomarlo. Tu Farmacéutico Informa	1.931.5...	00:03:34	10.196	346	56,41 %
	Total	65.682...	00:26:27	373.138	18.983	59,39 %

1 - 100 / 1108 < >

Fuente: Google Analytics.

El videoconsejo más visto es un medicamento para la disfunción eréctil "Sildenafil, cuándo y cómo debemos tomarlo" con una duración de la pieza de 2' 23" que registra más de 4,1 millones de visualizaciones con un porcentaje medio del video visto del 69,3%.

El segundo videoconsejo más visto es medicamento antidiabético "Metformina, cuándo y cómo debemos tomarla" con una duración de la pieza de 2' 55" que registra más de 3,2 millones de visualizaciones con un porcentaje medio del video visto del 68,1%.

El tercer videoconsejo más visto es de una planta medicinal "Jengibre, cuándo y cómo debemos tomarlo" con una duración de la pieza de 2' 37" que registra más de 2,3 millones de visualizaciones con un porcentaje medio del video visto del 68,5%.

El cuarto videoconsejo más visto es de un antibiótico "Azitromicina, cuándo y cómo debemos tomarla" con una duración de la pieza de 2' 34" que registra más de 1,9 millones de visualizaciones con un porcentaje medio del video visto del 70,3%.

Y el quinto videoconsejo más visto es de un antiinflamatorio muy consumido "Ibuprofeno, cuándo y cómo debemos tomarlo" con una duración de la pieza de 3' 34" que registra más de 1,9 millones de visualizaciones con un porcentaje medio del video visto del 56,4%.

En total, teniendo en cuenta el número de visualizaciones y la duración media de visionado de cada pieza, el canal "Tu Farmacéutico Informa" acumula cerca de 2 millones de horas consumidas de contenido sanitario por parte de los internautas.

Cabe destacar que el video más visto del canal hace referencia a un contenido de educación sexual, tópico que suele encabezar las clasificaciones y rankings habituales de los temas más buscados en la Red. Asimismo, los videos más vistos se corresponden con los medicamentos más utilizados y consumidos a nivel global como, por ejemplo, el ibuprofeno, el omeprazol o el caso de la azitromicina, que se encuentra entre los antibióticos más vendido del mundo (OMPI 2021).

4.1. Evolución del canal

En cuanto a la evolución de las cifras que registra el canal desde su nacimiento, éstas arrojan un crecimiento constante en el tiempo en los principales indicadores. Una progresión continua tanto en el número de visualizaciones de los videos (Figura 1) alcanzando picos de 107.000 visualizaciones diarias; como en el número de seguidores (Figura 2), alcanzando cotas de 630 seguidores diarios.

Un desarrollo del proyecto que continúa creciendo con una media mensual de entre 9.000 y 12.000 nuevos seguidores, lo que sugiere no haber tocado techo aún en el alcance e interés de los internautas por esta iniciativa de educación sanitaria.

Figura 1.

Evolución del número de visualizaciones diarias del canal "Tu Farmacéutico Informa"

Durante el periodo seleccionado, tu canal ha conseguido

65.686.236 visualizaciones



Fuente: Google Analytics.

Figura 2.

Evolución del número de seguidores diarios del canal "Tu Farmacéutico Informa"

Durante el periodo seleccionado, tu canal ha conseguido

65.686.236 visualizaciones



Fuente: Google Analytics.

Además del crecimiento lógico del canal de videoconsejos —debido al acumulativo en la producción de videos y en el visionado de los mismos— se observa un aumento notable, y mantenido luego en el tiempo, tanto en el número de seguidores como en las visualizaciones a raíz del inicio de la pandemia por COVID-19 en marzo de 2021. Un crecimiento significativo del canal que va parejo al aumento que experimentaron las redes sociales desde el inicio de la pandemia como consecuencia de los periodos de confinamiento obligatorio. Restricciones de movilidad que trajeron consigo un mayor número de usuarios de Redes Sociales —con un crecimiento interanual del 13%— y un mayor tiempo de uso de las redes sociales (We Are Social. 2021). Una

pandemia que disparó el uso de las redes sociales, según publicó el diario Expansión en 2021.

4.2. Perfil de los usuarios

El perfil de los internautas que acceden a los contenidos sanitarios del canal Tu Farmacéutico Informa es mayoritariamente femenino (54,8%) de entre 35 y 44 años (20,5%) (Figura 3). Un perfil muy similar al establecido por el estudio del INE en 2021, sobre Equipamiento y uso de TIC en los hogares, que muestra en el año 2021 una mayor preferencia entre las mujeres en temas sanitarios, educativos y sociales, especialmente a la hora de buscar información sobre cuestiones de salud, con 7,4 puntos más que los hombres.

Figura 3.

Edad y sexo de los internautas del canal "Tu Farmacéutico Informa".



Fuente: Google Analytics.

Si bien el perfil medio mayoritario del internauta es mujer de entre 35 y 44 años, existe también una gran variabilidad respecto a la edad del usuario en relación con la temática del videoconsejo. Por ejemplo, el videoconsejo sobre sildenafil es visto por un 95,8% de hombres mayores de 55 años (38%) mientras que el video sobre medicamentos para el tratamiento del acné, es visionado mayoritariamente por jóvenes de entre 18-24 años (60%).

Por su parte, el acceso a la información audiovisual sanitaria del canal procede principalmente de términos de búsqueda en la propia plataforma de Youtube, con un 46,8%; seguido de fuentes externas, en un 21,8% de los casos y de videos sugeridos en un 18,3%. (Figura 4).

Una forma de acceso a la información sanitaria que encaja en los patrones de uso de esta red social —elaboración y búsqueda de tutoriales del tipo para qué sirve, como se toma— y reafirmando el uso de consumo de información que se hace en YouTube en donde resulta bastante útil la opción de buscadores. Principalmente por la vinculación entre el principal buscador Google y la plataforma social de videos de YouTube (El Mundo, 2016).

Figura 4.

Fuentes de tráfico del canal "Tu Farmacéutico Informa"

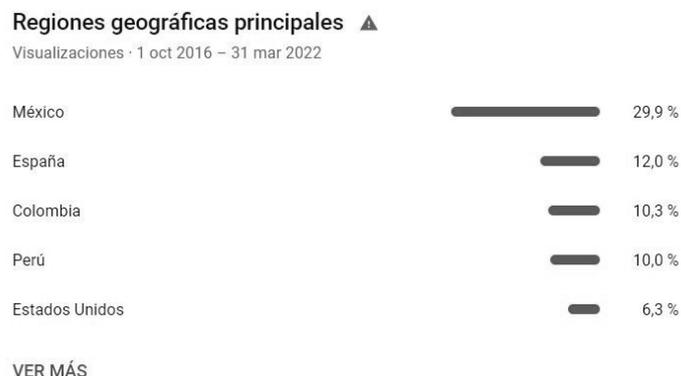


Fuente: Google Analytics.

En cuanto a la procedencia de las visualizaciones de los videos del canal, los internautas de México ocupan la primera posición, con cerca de un 30% del total de visionados; seguido de España, un 12%; y de Colombia, un 10%. (Figura 5)

Figura 5.

% de visionado del canal "Tu Farmacéutico Informa" según país



Fuente: Google Analytics.

Una globalización *on line* de los contenidos que también se proyecta en el alcance del canal Tu Farmacéutico Informa, impactando prácticamente en todos los países de habla hispana.

4.3. Análisis y gestión de los comentarios recibidos

La gestión de los 18.900 comentarios recibidos en el canal YouTube "Tu Farmacéutico Informa" en el periodo analizado sigue un proceso de revisión, respuesta y publicación por parte de profesionales farmacéuticos que permite aportar mayor información a los internautas sobre los videoconsejos, además de enriquecer el contenido del canal y generar comunidad.

Comentarios que están abiertos a todos los usuarios, pero cuya publicación de forma pública requiere de una revisión previa y aprobación por parte de los impulsores del canal. Una revisión previa a las observaciones que plantean los internautas que evita la publicación de anuncios publicitarios de productos milagro e ilegales que no cuentan con la correspondiente aprobación por las autoridades sanitarias. Comentarios publicitarios de «curanderos» y «sanadores» que constituye una práctica habitual en este tipo de redes y que son eliminados del canal sin que lleguen a publicarse.

También son eliminados de forma previa todos aquellos comentarios susceptibles de generar desinformación y propagación de bulos sanitarios por parte de cuentas o perfiles bot. Si bien, en determinadas ocasiones y en función de los perfiles que realizan los comentarios e intencionalidad se aprovecha la respuesta al comentario para desmentir el bulo y reforzar la labor de educación sanitaria entre la comunidad del canal. Por ejemplo, ante la pregunta de un usuario José Tomás sobre el medicamento Montelukast que decía: "Que ay de cierto que lo vuelve a uno loco?" La respuesta de Farmacéuticos fue: "Hola! La desinformación y los bulos en salud son un grave problema de salud pública. Acude siempre a fuentes fiables y consulta a los expertos, como en este caso al Consejo General de Farmacéuticos. No te dejes engañar. #TuFarmacéuticoInforma".

Los videoconsejos que reciben mayor número de comentarios son aquellos relacionados con la dermofarmacia o el cuidado y la salud de la piel —un 35% del total—seguido de los medicamentos —un 30%— y del uso de plantas medicinales —20%—. Por ejemplo, el videoconsejo "Tienes una cicatriz ¿se puede eliminar?" es el que mayor número de comentarios ha recibido durante el periodo analizado con un total de 610 comentarios (Tabla 2).

Cabe destacar aquí el elevado número de comentarios que registra el videoconsejo sobre metformina (sobre un posible uso de este antidiabético fuera de indicación como adelgazante para bajar de peso. Comentarios que recibían la siguiente respuesta de Farmacéuticos aprovechando para hacer Educación para la Salud:

Hola! Como hemos respondido en otras preguntas, la metformina está autorizada actualmente en España únicamente como antidiabético, que es la indicación en la que se ha demostrado su eficacia y seguridad mediante ensayos clínicos. Y RECUERDA: los medicamentos no son un producto de consumo, sino un bien de Salud, que no están exentos de interacciones, efectos adversos o contraindicaciones, por lo que su uso debe ir acompañado siempre de la correspondiente prescripción, indicación y asesoramiento de un profesional

Jardón Vassallo, Carlos
 Videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa" en YouTube: análisis de eficacia e impacto en la educación sanitaria de los internautas

sanitario. #TuFarmacéuticoInforma.

Tabla 2.
 Videos con mayor número de comentarios recibidos

Víd...	Título del vídeo	Vistas	Duración	Suscripci...	Comentari...	%Visualizacio...
1.	Tengo una cicatriz ¿se puede eliminar? Tu Farmacéutico Informa #Dermofarmacia	816.625	00:02:56	4.612	610	58,2 %
2.	Metformina, cuándo y cómo debemos tomarla. Tu Farmacéutico Informa	3.298.7...	00:02:55	22.329	606	68,16 %
3.	Maca, cuándo y cómo debemos tomarla. Tu Farmacéutico Informa - #PlantasMedicinales	1.799.8...	00:02:09	15.084	598	71,41 %
4.	Aciclovir, cuándo y como debemos tomarlo. Tu Farmacéutico Informa	749.682	00:02:25	3.761	537	69,85 %
5.	Dermatitis seborreica en el cuero cabelludo. Tu Farmacéutico Informa #Dermofarmacia	1.569.6...	00:03:18	8.753	511	59,97 %
	Total	65.682...	00:26:27	373.138	18.983	59,39 %

1 - 100 / 1108 < >

Fuente: Google Analytics.

Otra de las preguntas más frecuentes y recurrentes a los videoconsejos es la forma de tomar los medicamentos, si antes o después de las comidas; sobre la necesidad de receta médica o no de los fármacos; así como la posible relación del consumo de medicamentos y/o plantas medicinales durante el embarazo o en el periodo de lactancia.

Destacar también la existencia de comentarios de felicitaciones por la iniciativa y de agradecimiento ante la información aportada en los videos, destacando su brevedad, su concisión y su sencillez.

En este tipo de canales sanitarios, es frecuente también la gestión de comentarios acerca de preguntas concretas sobre cuestiones de salud de los usuarios. Si bien, ante este tipo de consultas se les responde que el canal es únicamente una iniciativa de educación sanitaria, que no se trata nunca de diagnóstico, ni de tratamiento; y que acuda al profesional sanitario. La existencia de este tipo de canales sanitarios online suelen ser proyectos complementarios a la actividad presencial, nunca sustitutivos.

Por último, aunque minoritario en el análisis de los comentarios recibidos dentro del canal, se observa también un grupo de *haters* hacia el lobby de la industria farmacéutica y de los productos químicos en general. Usuarios que no se identifican y que comentan y critican cualquier información sobre medicamentos. En estos casos, al igual que con los comentarios de bulos, se analizan y en su caso se aprovechan para responder en positivo si procede, reforzando la información sanitaria. Por ejemplo, al video sobre ibuprofeno sobre cuándo y cómo tomarlo, un usuario comentó: "cuando? nunca. como ? tirándolo a la basura si lo tienes". Y la respuesta de Farmacéuticos fue: "Perdona. Los medicamentos no se deben tirar a la basura. Se deben reciclar para cuidar de la naturaleza <http://www.sigre.es/>".

El nivel de aceptación de las respuestas a los comentarios planteados por los internautas es igualmente elevado, en donde más del 70% de las respuestas elaboradas y publicadas por el canal Tu Farmacéutico Informa han obtenido como retorno un me gusta por parte de los usuarios que habían realizado la pregunta.

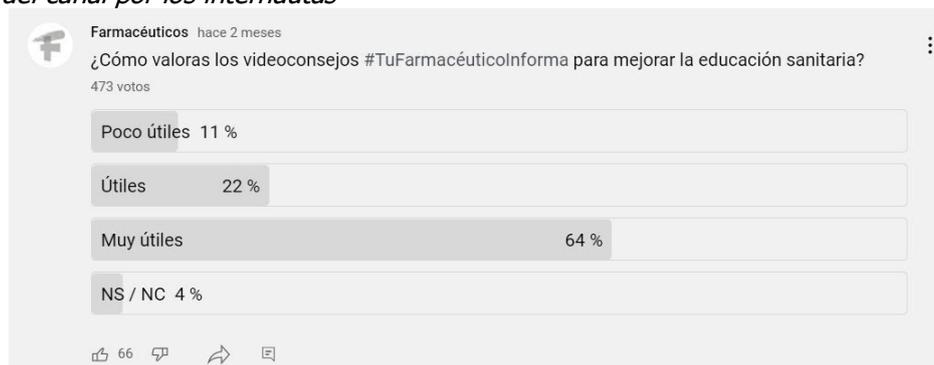
4.4. Valoración por los internautas del canal Tu Farmacéutico Informa

La aceptación de los videoconsejos sanitarios por los internautas viene avalada tanto por la retención de la audiencia —que ven de media más de la mitad de cada videoconsejo publicado— como por el elevado número de comentarios recibidos y el porcentaje de me gusta obtenidos frente a los no me gusta.

Asimismo, para profundizar en la opinión de los usuarios del canal acerca de los contenidos publicados, se han realizado encuestas dentro del propio canal de Youtube "Tu Farmaceutico Informa". Para ello, se han formulado varias preguntas directas, a través de la pestaña de COMUNIDAD habilitada y existente dentro del canal de videoconsejos, para que fuesen respondidas por los usuarios de este canal temático. Así, se llevó a cabo una pregunta directa sobre la utilidad de los videoconsejos a la hora de mejorar la educación sanitaria de los propios usuarios (tabla 3).

El resultado de la pregunta, respondida por 473 internautas que entraron en la pestaña de comunidad, arroja que el 86% de ellos valoran como útiles o muy útiles la información sanitaria aportada por los videoconsejos del canal.

Tabla 3.
Valoración del canal por los internautas

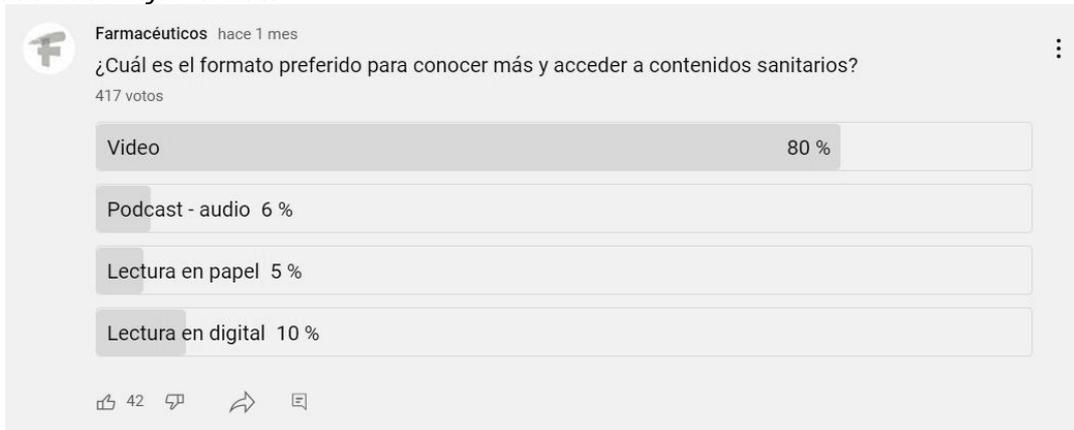


Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se les preguntó sobre el formato preferido para acceder y consultar información sanitaria, a la que mayoritariamente respondieron por el contenido audiovisual (tabla 4). No en vano, se trata de usuarios frecuentes y habituados a esta plataforma audiovisual. Destaca también que el papel, aunque minoritario, sigue considerándose como un medio idóneo de acceso a información sanitaria incluso entre usuarios digitales.

Tabla 4.

Valoración del mejor formato



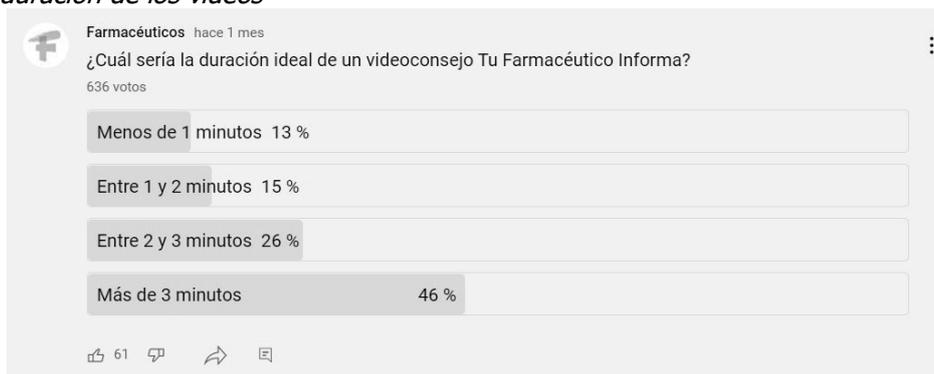
Fuente: Elaboración propia

En relación con la pregunta sobre la duración ideal de un videoconsejo sanitario, sorprende la respuesta mayoritaria en donde un 46% de los internautas apuestan por piezas superiores a los 3 minutos de duración (Tabla 5).

Una extensión que contradice la duración habitual de las piezas del canal Tu Farmacéutico Informa cuya duración oscila entre los 2 minutos y medio y los 3 minutos. Si bien la duración perfecta de un video en YouTube debe ajustarse al contenido para explicarlo de lo mejor forma posible al espectador —ya sea de 1 minuto, de 20 minutos o incluso de una hora— y que lo entienda bien. La duración de un vídeo no suele ser tan determinante para el algoritmo de YouTube como sí lo es el porcentaje de retención de la audiencia. Es decir, la duración de visionado del video por parte del usuario (Revista para Youtubers, 2020).

Tabla 5.

Valoración duración de los videos



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la temática de los videos que resultan más interesantes para los usuarios del canal Tu Farmacéutico Informa, la mayoría se decantan por la información sobre uso de los medicamentos (43%), seguido de plantas medicinales (31%) y del cuidado y salud de la piel/Dermofarmacia (14%) (Tabla 6).

Tabla 6.
Valoración de los contenidos temáticos



Fuente: Elaboración propia.

5. DISCUSIÓN

La creación de comunidad en torno a una iniciativa de educación sanitaria contribuye al éxito de la misma. La explosión de las redes sociales acabó con la hegemonía de la comunicación unidireccional, según predijo el Manifiesto Cluetrain (Levine *et al.* 1999), y escuchar, responder y conversar con la comunidad cobra cada vez mayor protagonismo.

En este sentido, mantener y darle continuidad en el tiempo a los programas de información y educación sanitaria es un valor a tener en cuenta tanto para la propia creación de marca del proyecto como para generar recuerdo y notoriedad entre los internautas. Hay que tener en consideración que la salud no es un término de búsqueda diario por el usuario, sino que la búsqueda se produce de forma atemporal y a demanda en caso de pérdida de la salud propia, de un familiar o de un conocido.

Asimismo, la desinformación en Salud no se combate únicamente de forma reactiva ante la aparición de un bulo, desmontándolo; sino que también se pone freno a los bulos actuando de forma preventiva e implementando políticas de información y educación sanitaria que contribuyan a la formación de la sociedad. Un paciente informado ayuda a combatir los bulos y a romper la cadena de difusión de los mismos.

Para ello, entender cómo se produce y se genera la desinformación en el ámbito sanitario es prioritario para poder combatirla con éxito. A este respecto, los expertos apuntan que una medida clave para prevenir la desinformación es compartir buena información y hacerlo de manera clara, completa, rápida y en formatos fácilmente editables (Salaverría, 2021).

La participación y el compromiso de los profesionales sanitarios con la divulgación sanitaria en redes sociales es una extensión más de su prestigio y profesionalidad en el mundo físico. En este sentido, el farmacéutico como profesional sanitario experto en el medicamento es y está posicionado para ser el mejor *influencer/referencer* en

redes sociales para la sociedad sobre cualquier aspecto relacionado con los tratamientos farmacológicos, tal y como se proyecta en el Decálogo sobre Información de Medicamentos en Redes Sociales elaborado por el Consejo General de Colegios Farmacéuticos y Salud Sin Bulos.

5. CONCLUSIONES

Como resultado de las cifras obtenidas y analizadas en estos cinco años en funcionamiento del canal de videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa" en Youtube se pueden extraer las siguientes conclusiones:

Es necesaria y positiva la presencia de instituciones y organismos en la generación de contenidos sanitarios contrastados, fiables, de calidad y atractivos para el público en las redes sociales. Una participación que dé respuesta a una necesidad creciente de información rigurosa sobre medicamentos y sobre el mundo de la salud que sirva de contrapeso frente a la desinformación, los bulos y las *fake news* en el ámbito sanitario.

Asimismo, la adaptación del mensaje al canal es fundamental para el éxito de las iniciativas de educación sanitaria en redes sociales. En el caso concreto de la plataforma YouTube es destacable el funcionamiento exitoso del formato de los videotutoriales, es decir, videos que dan respuesta a las preguntas típicas de "para qué sirve", "cómo hacer" o "cómo tomar". Este tipo de formato, que aporta respuestas concretas a las preguntas de los usuarios es bien valorado por los internautas en la medida que resultan de utilidad y solucionan sus dudas. Un formato de éxito que tiene su traslación en el ámbito de la Salud a través de los videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa".

6. REFERENCIAS

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación AIMC. (2022). *Estudio anual Marco General de Medios en España*

Cambroner Saiz, B., & Gómez Nieto, B. (2021). El uso de redes sociales y su implicación para la comunicación en salud. Revisión bibliográfica sobre el uso de Twitter y la enfermedad del cáncer. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 33, 377-392. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a8688>

Canal Consejo General de Colegios Farmacéuticos. (2017, 12 de octubre) *Metformina, cuándo y cómo debemos tomarla. Tu Farmacéutico Informa*. [video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=L1GCT7xAo3U&t=1s>

Canal Consejo General de Colegios Farmacéuticos. (2017, 7 de abril) *Ibuprofeno, cuándo y cómo debemos tomarlo. Tu Farmacéutico Informa*. [video] YouTube. <https://youtu.be/1xMMZV7ZuMg>

Jardón Vassallo, Carlos
Videoconsejos "Tu Farmacéutico Informa" en YouTube: análisis de eficacia e impacto en la educación sanitaria de los internautas

- Canal Consejo General de Colegios Farmacéuticos. (2021, 14 de mayo) *Montelukast, cuándo y cómo tomarlo. Tu Farmacéutico Informa*. [video] YouTube https://youtu.be/Ws_BbVasPF8
- El Mundo. (2016). *YouTube y Google, diez años de la compra que cambió Internet*. <https://www.elmundo.es/tecnologia/2016/10/07/57f7a180ca474172618b45fc.html>
- EXPANSIÓN. (2021). *La pandemia dispara el uso de las redes sociales, un 27% más que hace un año*.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2021). *Estudio sobre Equipamiento y uso de TIC en los hogares*.
- Instituto Salud Sin Bulos. (2021). *IV Estudio Salud Sin Bulos*. Doctoralia. Sociedad Española Medicina General. SEMG
- Internet Advertising Bureau. IAB Spain. (2021). *Estudio de Redes Sociales en España*. <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-rrss-2021/>
- Levine, F. Locke, C. Searls, D. y Weinberger, D. (1999). *El Manifiesto Cluetrain*. <https://www.cluetrain.com/>
- Matarín Jiménez, T. M. (2016). Redes sociales en prevención y promoción de la salud. Una revisión de la actualidad. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 62-69. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3328>
- Oficina de Estadística de la Unión Europea. Eurostat. (2020). *Encuesta sobre el uso de las TIC en los hogares y por parte de los individuos*.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2021). *Azitromicina, el antibiótico más vendido del mundo*.
- Revista para Youtubers. (2020). *Duración perfecta de un vídeo en Youtube actualizado a 2020*. Canal Youtube. <https://www.canalyoutube.es/duracion-perfecta-de-un-video-en-youtube-actualizado-a-2020/>
- Salaverría, R. (2021). *Entender y combatir la desinformación sobre ciencia y salud. Informe del Grupo de Trabajo Multidisciplinar (GTM)*. Ministerio de Ciencia e Innovación. https://www.ciencia.gob.es/dam/jcr:44264922-8629-4567-b9b8-6d04aebb23d5/Entender_y_combatir_la_desinformacion_sobre_ciencia_y_salud.pdf
- We Are Social. (2021). *Digital 2021 España*. Hootsuite. <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-2021-espana/>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los autores:

Conceptualización: Jardón Vassallo, Carlos. **Metodología:** Jardón Vassallo, Carlos. **Validación:** Jardón Vassallo, Carlos. **Análisis formal:** Jardón Vassallo, Carlos. **Curación de datos:** Jardón Vassallo, Carlos. **Redacción-Preparación del borrador original:** Jardón Vassallo, Carlos. **Redacción-Revisión y Edición:** Jardón Vassallo, Carlos. **Visualización:** Jardón Vassallo, Carlos. **Supervisión:** Jardón Vassallo, Carlos. **Administración de proyectos:** Jardón Vassallo, Carlos. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Jardón Vassallo, Carlos.

AUTOR/ES:

Carlos Jardón Vassallo

Licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra. Máster en Comunicación en Salud 2.0 por la Nebrija Business School. Responsable del Área de Redes Sociales y Comunicación Digital del Consejo General de Colegios Farmacéuticos. Coordinador del Blogzine Innovación y Comunicación de la Asociación de Directivos de la Comunicación (DIRCOM). Profesor del postgrado "Gabinetes de Comunicación y Redes Sociales" de la Universidad Complutense de Madrid. Autor de "La transformación digital en la comunicación de una organización profesional sanitaria" en el Manual de Comunicación y Salud. Editorial Dextra. Ponente en diferentes jornadas y congresos sobre Redes Sociales, Salud y Farmacia.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6407-279X>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=IwQZ0d0AAAAJ>