

Asociación de matronas de Castilla y León: un estudio etnográfico

Sánchez-Conde, J. Martín-Cornejo, N. Marcos-González, S. Trujillo-Hernández, J. Gutiérrez-Martín, M.
"Asociación de matronas de Castilla y León: un estudio etnográfico"

SANUM 2023, 7(3) 6-15

AUTORES

Javier Sánchez Conde.

Enfermero especialista enfermería obstétrico-ginecológica (matrona). Hospital Universitario de Salamanca. España.

Nerea Martín Cornejo.

Enfermero interno residente enfermería obstétrico-ginecológica (matrona). UDEN-FOBG Salamanca-Ávila. España.

Sandra Marcos González.

Enfermero interno residente enfermería obstétrico-ginecológica (matrona). UDEN-FOBG Salamanca-Ávila. España.

Jaime Trujillo Hernández.

Enfermero interno residente enfermería obstétrico-ginecológica (matrona). UDEN-FOBG Salamanca-Ávila. España.


Mirian Gutiérrez Martín.

Maestra de Educación Primaria especialista en pedagogía terapéutica y comunicación y lenguaje. Diputación Provincial de Educación de Ávila. España.

Autor de

Correspondencia:

Javier Sánchez Conde

 jsanchezcon@saludcastillayleon.es

Tipo de artículo:

Original

Sección:

Comunicación sanitaria

F. recepción: 02-05-2023

F. aceptación: 20-06-2023

Resumen

Twitter es la red social con más usuarios en la que la Asociación de Matronas de Castilla y León (ASCALEMA) publica contenido, y al estudiar su cuenta, podemos explicar las características y funcionamiento de ASCALEMA, además de comprender sus intereses a través del análisis de contenido de sus publicaciones. Se realizó un estudio cualitativo etnográfico para describir y explicar los elementos que integran el sistema de la red social construida a través de Twitter por ASCALEMA, teniendo en cuenta su evolución, estructura e interacciones a través de los tweets publicados. Se obtuvieron 1736 tweets, clasificados en matrices de codificación.

La actividad social en Twitter fue intensa en los primeros años y escasa en los últimos debido a la pandemia por COVID-19 a diferencia de la mayoría de asociaciones científicas. ASCALEMA utiliza su cuenta para difundir información relacionada con la salud de las mujeres y la visibilidad de las matronas relacionándola con temas de actualidad. Debido a su creciente impacto, las redes sociales deberían servir como sistemas de información entre ciencia y sociedad, y los profesionales deben conocer y utilizar este tipo de herramientas. Es necesario contar con fuentes de información que reflejen la salud de las mujeres y ASCALEMA demostró su conocimiento de este hecho a través de sus tweets publicados durante el periodo analizado.

Palabras clave:

Investigación Cualitativa
Medios de Comunicación Sociales
Enfermeras Obstetricas
Asociaciones de Práctica Independiente
Red Social

Midwives association of Castilla y León: an ethnographical study

Abstract

Twitter is the social network with the most users in which the Association of Midwives of Castilla y León (ASCALEMA) publishes content, and by studying their account, we can explain the characteristics and operation of ASCALEMA, as well as understand their interests through the analysis of content of your posts. A qualitative ethnographic study was carried out to describe and explain the elements that make up the social network system built through Twitter by ASCALEMA, taking into account its evolution, structure and interactions through the published tweets. 1736 tweets were obtained, classified in coding matrices.

Social activity on Twitter was intense in the early years and scarce in recent years due to the COVID-19 pandemic, unlike most scientific associations. ASCALEMA uses its account to disseminate information related to women's health and the visibility of midwives, relating it to current issues. Due to their growing impact, social networks should serve as information systems between science and society, and professionals must know and use these types of tools. It is necessary to have sources of information that reflect women's health and ASCALEMA demonstrated its knowledge of this fact through its tweets published during the period analyzed.

Key word:

Qualitative Research

Social Media

Nurse Midwives

Independent Practice Associations

Social Networking

Introducción

La comunicación es una de las herramientas esenciales en la difusión de contenido de cualquier institución científica, como es en el caso de las asociaciones de matronas. Tanto los ciudadanos como los profesionales demandan cada vez más información al respecto y en este tipo de situaciones, los portavoces de las asociaciones de matronas deben dar a la población “la información que el público necesita”. Las redes sociales se han convertido en uno de los principales foros de debate sobre los diversos temas relacionados con la salud. Sin embargo, la información publicada en estas plataformas a menudo carece de respaldo científico, lo que se suma a la confusión, la desconfianza y el miedo entre la población⁽¹⁾.

Entre estas herramientas de comunicación digital, las redes sociales predominan por su relevancia y presencia social. Según un informe de DataReportal, su tasa de penetración media mundial es del 53,6% (alcanzando el 79% en Europa occidental y septentrional y el 74% en América del Norte). Estos datos confirman la importancia de las redes sociales en los procesos de comunicación actuales y convierten estas herramientas digitales en poderosas herramientas de comunicación^(1,2).

Twitter es uno de los servicios de microblogging más populares, tiene más de 322 millones de usuarios y produce millones de tweets todos los días⁽³⁾. Permite a los usuarios escribir mensajes cortos y transmitirlos a sus seguidores en tiempo real. En comparación con los blogs tradicionales, el microblogging enfatiza la velocidad y la brevedad, enfocándose en las cosas que suceden a tiempo real⁽⁴⁾. Varios estudios han demostrado que los usuarios utilizan principalmente microblogs para describir sus rutinas diarias, llevar a cabo conversaciones, informar noticias y compartir información^(5,6).

Twitter es la red social con mayor número de usuarios en la que la Asociación de Matronas de Castilla y León, en adelante ASCALEMA, publica contenido. Esta plataforma social se ha convertido en un importante foro de debate digital. Por lo tanto, es relevante para comprender muchos eventos actuales, incluidos los relacionados con la salud⁽¹⁾, y es una importante herramienta de comunicación para las instituciones, como lo ilustran varios estudios⁽⁷⁻⁹⁾. El poder de Twitter como herramienta de comunicación institucional no es unidireccional; permite que las instituciones se conecten con la sociedad⁽¹⁰⁾. Con millones de usuarios que contribuyen a los microblogs todos los días, el microblogging produce un vasto registro escrito del comportamiento diario de las personas en su entorno natural. Al estudiar el microblogging, podemos comprender los intereses y motivaciones de los usuarios que comparten información a través de sus publicaciones⁽³⁾.

ASCALEMA publicó su primer tweet en abril de 2013. Desde entonces, se ha involucrado en esfuerzos de difusión a través de Twitter, buscando brindar

acceso a información real tanto para los profesionales sanitarios como para el público en general. Por lo tanto, los perfiles de ASCALEMA en varias redes sociales (particularmente Twitter) se convirtieron en los altavoces de la organización para entregar información veraz y confiable.

Objetivos

Objetivo principal:

Explicar las características, estructura y funcionamiento de la cuenta de Twitter de la Asociación de Matronas de Castilla y León (ASCALEMA).

Objetivos específicos:

- Describir la evolución y estructura del sistema social construido por ASCALEMA a través de su cuenta de twitter @ascalema.
- Entender los intereses de ASCALEMA a través de las redes sociales.
- Comprender la naturaleza de los mensajes de ASCALEMA a través de las tecnologías de la comunicación.

Metodología

Este estudio se ha realizado siguiendo las pautas y recomendaciones de otros autores en el análisis de la comunicación a través de las redes sociales, que fueron implementadas en otros estudios sobre el uso de Twitter en la comunicación institucional^(11,12). Aplicamos estas pautas a nuestro caso, a saber, el uso de Twitter por parte de ASCALEMA con respecto al contenido de sus publicaciones.

Se realizó un estudio cualitativo de tipo etnográfico para poder describir y explicar los elementos y las categorías que integran el sistema de la red social construida a través de Twitter por ASCALEMA, teniendo en cuenta su evolución histórica, estructura social, interacciones, lenguaje, normas y patrones de conducta.

Para poder llevar a cabo el estudio se obtuvieron los datos a través de la propia red social en internet de todos los tweets publicados por la cuenta de ASCALEMA (@ascalema) desde su creación en abril del año 2013 hasta noviembre del año 2021. La elección de estos documentos se basó en su fácil accesibilidad por parte del equipo investigador y su validez como fuente de información para estudiar el lenguaje escrito de forma no intrusiva ya que no se solicitó elaborarlos. Además los textos podían ser consultados en cualquier momento y ser analizados cuantas veces fuera preciso sin dedicar tiempo a transcribirlos.

El equipo investigador se formó con cuatro integrantes que fueron entrenados en el análisis cualitativo

de redes sociales de forma previa a la elaboración del estudio.

El análisis de los datos obtenidos se llevó a cabo con el programa informático NVivo® versión 12. Un programa de análisis, útil para construir grandes bases de datos estructuradas jerárquicamente, que puede agregar documentos como el compendio de tweets para ser analizados.

Se identificaron los términos más utilizados por ASCALEMA y se determinó su intención. Este análisis cualitativo arroja resultados cuantificables (el número de apariciones de los términos más utilizados o mensajes con una naturaleza específica) para obtener una imagen representativa. El primer análisis en base a los términos más frecuentes, con el fin de identificar las palabras más utilizadas por ASCALEMA en sus tweets, sentó las bases para el posterior análisis semántico destinado a determinar la naturaleza de los mensajes después de revisar su contenido y siguiendo los estudios de Colle o Verd Pericás^(13,14). De esta forma, se obtuvieron los elementos necesarios para estudiar el comportamiento de ASCALEMA en su cuenta de Twitter.

Por otro lado, esta investigación es descriptiva-analítica. En una primera etapa, se enumeraron los mensajes y los conceptos utilizados en ellos. En una segunda etapa, se analizó el significado de todos estos elementos buscando posibles relaciones. En la medida en que se consideraron los tweets de ASCALEMA a lo largo de un período de tiempo específico, el estudio es longitudinal y retrospectivo.

Se codificaron cada una de las unidades de contenido (tweets) en categorías según su la naturaleza de los textos y en función de la relación que guardaban con otras cuentas de Twitter. El proceso de codificación se realizó de forma paralela a la lectura de los tweets de forma que las categorías se fueron estableciendo según avanzaba el análisis de los contenidos y fue realizado por cuatro investigadores diferentes para poder establecer de forma consensuada las categorías finales y poder llevar a cabo el proceso de triangulación.

La interpretación de los resultados se elaboró de forma individual por cada uno de los cuatro investigadores y después se elaboró un grupo de discusión para realizar una interpretación final y consensuada de los datos obtenidos.

Resultados

El sistema social objeto de estudio fue la cuenta @ascalema de Twitter. La cuenta muestra una dirección web relacionada directamente con la federación (ascalema.es) y en su biografía describe lo siguiente:

[Asociación de Matronas de Castilla y León.]

A fecha de obtención de los resultados la cuenta contaba con 910 seguidores y seguía a 670 usuarios de la misma red social, no obstante la interacción social a través de menciones o retweets se describe a través del sociograma de la Figura 1.

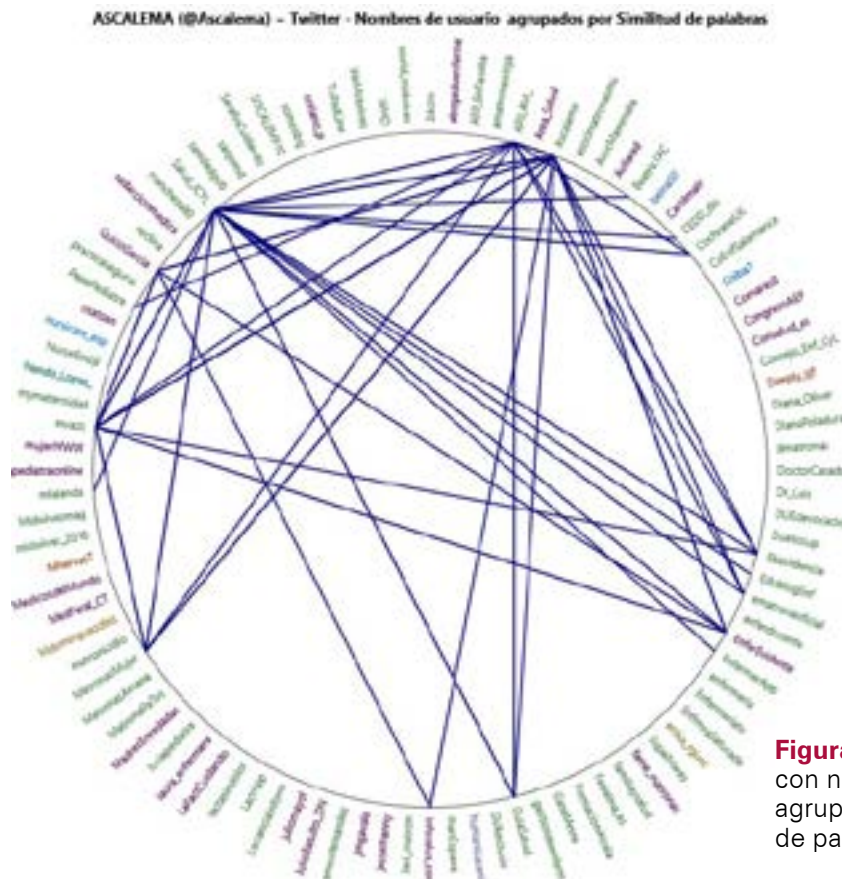


Figura 1. Sociograma con nombres de usuario agrupados por similitud de palabras.

Asociación de matronas de Castilla y León: un estudio etnográfico

Se obtuvieron un total de 1736 tweets estructurados en tablas según el nombre de usuario, tipo de tweet (tweet o retweet), contenido o texto del tweet, fecha, ubicación, cantidad de retweets, menciones,

etiquetas o hashtags, sitio web y cantidad de seguidores. El número de tweets publicados por trimestres se describe en la Figura 2.

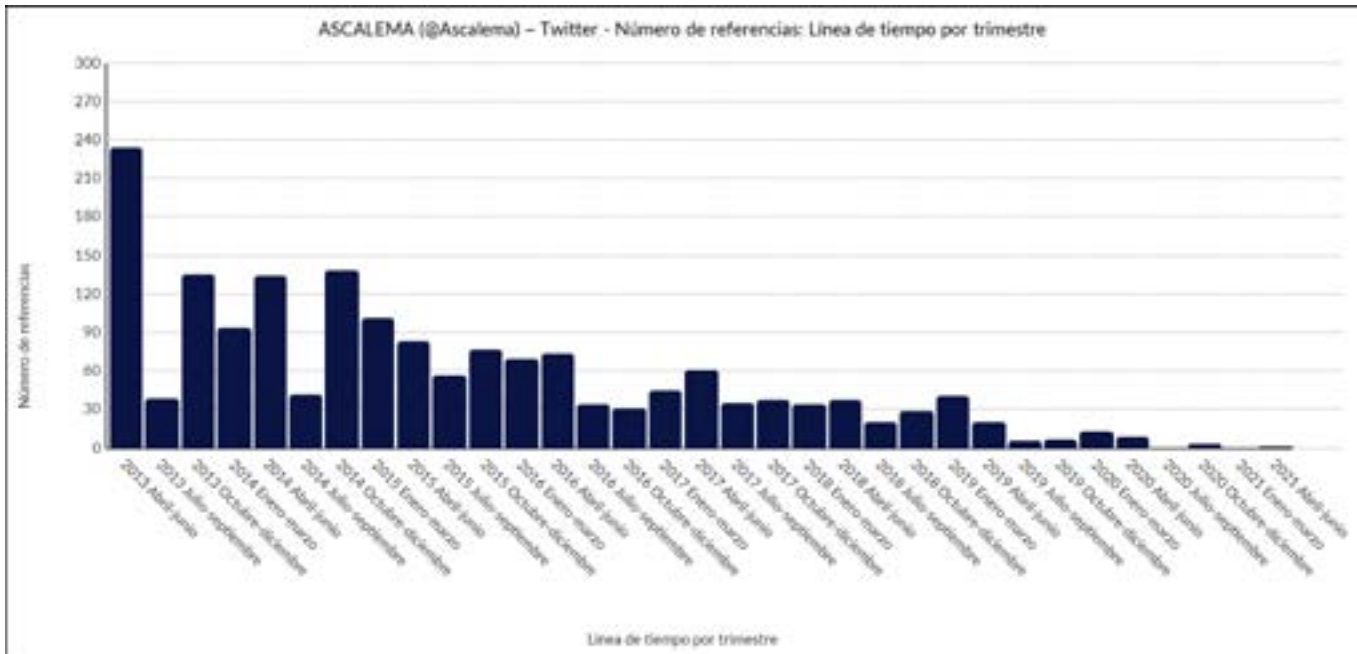


Figura 2. Número de referencias por trimestre de la cuenta @ascalema.

Con respecto la frecuencia de palabras analizada en la recopilación de los tweets se obtuvo una nube de palabras (Figura 3), donde se mostraban

los términos más utilizados por ASCALEMA en sus tweets, siendo la palabra más utilizada “matronas”.



Figura 3. Nube de palabras.

Otro de los resultados obtenidos fue la localización por satélite de los tweets publicados por ASCALEMA, concentrándose la mayoría en la

provincia de Burgos como puede observarse en la Figura 4.



Figura 4. Mapa de geolocalización de los tweets de ASCALEMA.

Tras la clasificación del contenido de cada tweet se una matriz de codificación (Figura 5).

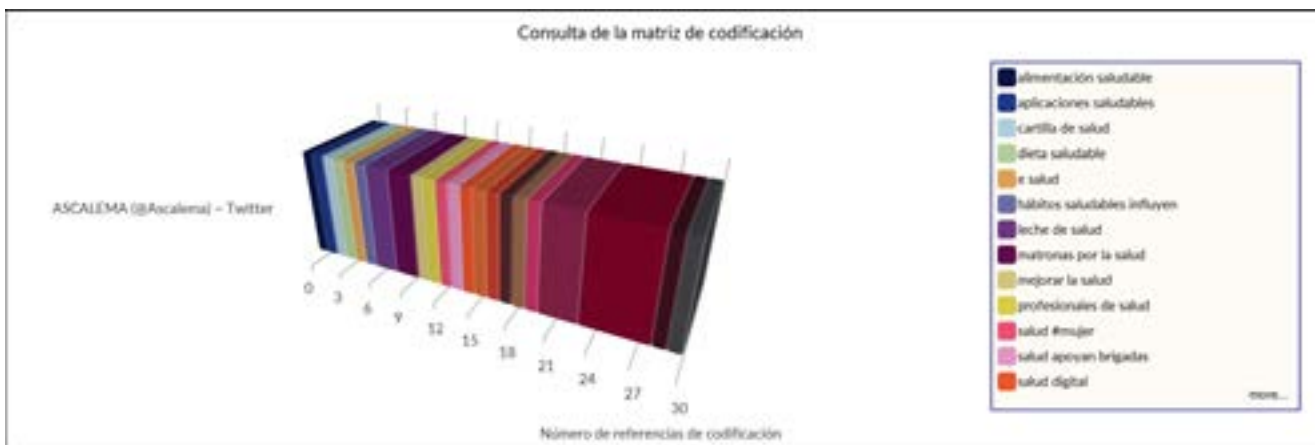


Figura 5. Matriz de codificación.

Discusión

La cuenta @ascalema se estructura dentro del sociograma de Twitter como el centro de un grupo de 670 usuarios relacionados directamente con sus publicaciones, siendo objeto de seguimiento e interés para un total de 910 seguidores. Estos perfiles están constituidos en su gran mayoría por grupos y profesionales sanitarios.

Desde su creación en abril del año 2013 hasta noviembre del año 2021, el número de publicaciones

ha sido heterogéneo en el tiempo, con un aumento significativo en el número de tweets publicados en el año 2013 y 2015 con respecto al de años posteriores. Además se ha observado una actividad social en la red más intensa en estos años, comparado con los tres últimos años, en gran parte debido a la pandemia por COVID-19 que coincide con el periodo de actividad escasa analizado, dato que difiere con la mayoría de asociaciones científicas que publican contenido en la red social^(1,15,16).

Con respecto al contenido de los tweets, las publicaciones de ASCALEMA se centran en visibilizar

la profesión de las matronas y mejorar la calidad asistencial como describe la organización en su propia biografía, esto se evidencia rápidamente a través de la alta frecuencia de términos utilizados como "matronas", "ascalema", "salud", "congreso", "embarazo", "lactancia", "mujeres"... Lo que ha permitido clasificar en categorías el contenido de los tweets publicados para comprender los intereses y motivaciones de la Asociación. El tema central en las publicaciones es la difusión del contenido científico, donde se publica información relacionada con la salud integral femenina y aspectos relacionados con la vida reproductiva de las mujeres, dirigida tanto a profesionales sanitarios como a la población en general. Además en gran parte de estas publicaciones se ha intentado relacionar el contenido con algún día internacional o fecha especial relacionada para mejorar su difusión a través de las redes sociales con hashtags⁽⁴⁾.

La investigación que aquí se presenta nos permite reafirmar las posiciones anteriormente ocupadas por otros autores; que el análisis de Twitter es útil para extraer datos sobre salud, como señalaron hace una década Paul y Dredze⁽¹⁾, y más recientemente por Gough et al.⁽¹⁷⁾, Bode y Vraga⁽¹⁸⁾, o Gencoglu y Gruber⁽¹⁹⁾. Adicionalmente, por la naturaleza y temática de gran parte de la muestra, este estudio también demuestra la importancia de las redes sociales en la difusión de los avances en salud referidos por Breland et al.^(15,20).

Dada su creciente prominencia e impacto, estas herramientas digitales deberían servir como correas de transmisión de información veraz entre la ciencia y la sociedad. Los gestores y profesionales sanitarios deben ser conscientes de este hecho y estar preparados para ello, por lo que deben conocer la dinámica de este tipo de herramientas para utilizarlas de forma eficiente^(7,21).

Por otro lado, el interés mostrado por los usuarios de Twitter por los mensajes que publica ASCALEMA se evidencia en la cantidad de "me gusta" y retweets. Esto, a su vez, confirma la capacidad de Twitter para realizar campañas de comunicación para entregar información veraz en el combate de la desinformación provocada por trolls y bots, tal y como lo estudió Sutton⁽²²⁾. La presencia activa de ASCALEMA en Twitter es un arma importante contra la desinformación, como lo abordaron, entre otros, Pérez Dasilva et al.⁽²³⁾, Ramón Fernández⁽²⁴⁾, Kouzy et al.⁽²⁵⁾ y Rosenberg et al.⁽²⁶⁾.

En cuanto a los temas más frecuentes en los tuits de ASCALEMA durante el período analizado, cabe destacar el protagonismo de las matronas como profesional de referencia en la atención

integral de la salud de las mujeres y la difusión de contenido relacionado con la actividad de las Asociaciones de Matronas de España. Esto está relacionado con los esfuerzos de ASCALEMA para dar visibilidad a la actividad profesional de las matronas en diferentes campos.

Como limitaciones del estudio hay que señalar que el análisis etnográfico de ASCALEMA a través de su cuenta de Twitter nos muestra una realidad reducida a la construcción social que se desarrolla a partir de dicha red social, al margen de lo que pueda establecerse fuera de la comunidad de internet.

Discussion

The @ascalema account is structured within the Twitter sociogram as the center of a group of 670 users directly related to its publications, being followed and interested in a total of 910 followers. These profiles are made up mostly of health groups and professionals.

From its creation in April 2013 to November 2021, the number of publications has been heterogeneous over time, with a significant increase in the number of tweets published in 2013 and 2015 compared to subsequent years. In addition, more intense social activity has been observed in the network in these years, compared to the last three years, largely due to the COVID-19 pandemic, which coincides with the period of low activity analyzed, data that differs with most of scientific associations that publish content on the social network.

Regarding the content of the tweets, ASCALEMA's publications focus on making the profession of midwives visible and improving the quality of care, as the organization describes in its own biography, this is quickly evidenced by the high frequency of terms used such as "midwives", "ascalema", "health", "congress", "pregnancy", "breastfeeding", "women"... Which has allowed the content of the published tweets to be classified into categories to understand the interests and motivations of the Association. The central theme in the publications is the dissemination of scientific content, where information related to comprehensive female health and aspects related to the reproductive life of women is published, aimed at both health professionals and the general population. In addition, in a large part of these publications, an attempt has been made to associate the content with some international day or special

related date to improve its dissemination through social networks with hashtags.

The research presented here allows us to reaffirm the positions previously held by other authors; that Twitter analytics is useful for extracting health data, as pointed out a decade ago by Paul and Dredze, and more recently by Gough et al., Bode and Vraga, or Gencoglu and Gruber. Additionally, due to the nature and theme of a large part of the sample, this study also demonstrates the importance of social networks in disseminating the advances in health referred to by Breland et al.

Given their increasing prominence and impact, these digital tools should serve as transmission belts for truthful information between science and society. Managers and healthcare professionals must be aware of this fact and be prepared for it, so they must be aware of the dynamics of this type of tool in order to use it efficiently.

On the other hand, the interest shown by Twitter users in the messages published by ASCALEMA is evidenced in the number of "likes" and retweets. This, in turn, confirms Twitter's ability to carry out communication campaigns to deliver truthful information in the fight against disinformation caused by trolls and bots, as studied by Sutton. The active presence of ASCALEMA on Twitter is an important weapon against misinformation, as discussed by, among others, Pérez Dasilva et al., Ramón Fernández, Kouzy et al. and Rosenberg et al.

Regarding the most frequent topics in ASCALEMA's tweets during the analyzed period, it is worth noting the role of midwives as a reference professional in comprehensive health care for women and the dissemination of content related to the activity of the Associations of Midwives of Spain. This is related to ASCALEMA's efforts to give visibility to the professional activity of midwives in different fields.

As limitations of the study, it should be noted that the ethnographic analysis of ASCALEMA through his Twitter account shows us a reality reduced to the social construction that develops from said social network, regardless of what can be established outside the community from Internet.

Conclusiones

Dentro del mundo de las redes sociales, es necesario contar con fuentes de información confiables que reflejen la realidad con precisión en relación a la salud de las mujeres. ASCALEMA demostró su conocimiento de este hecho con sus

tweets sobre temas relacionados con la salud femenina vinculados a su blog y sobre la actividad profesional de las matronas de Castilla y León durante el período analizado.

Los resultados mostraron que la elección de los temas, la naturaleza de los mensajes que responden a las necesidades y circunstancias cambiantes y la publicación de estos tweets siguieron la dinámica de los temas de actualidad de ese momento y los días internacionales relacionados con los contenidos en materia de salud de las mujeres y sus familias. Así, ASCALEMA informó a la ciudadanía de los hechos y avances con mensajes de base científica, al mismo tiempo que hizo advertencias, anuncios y llamamientos para promover comportamientos responsables para mejorar su salud.

Este estudio nos permite comprobar cómo la narrativa de ASCALEMA en su cuenta de Twitter da testimonio de un período marcado por avances significativos en la lucha contra la violencia de género y la desinformación en salud, sino también contra el intrusismo laboral y la invisibilidad del colectivo de matronas.

Conclusions

Within the world of social networks, it is necessary to have reliable sources of information that accurately reflect reality in relation to women's health. ASCALEMA demonstrated its knowledge of this fact with its tweets on issues related to women's health linked to its blog and on the professional activity of midwives in Castilla y León during the period analyzed.

The results showed that the choice of topics, the nature of the messages that respond to changing needs and circumstances, and the publication of these tweets followed the dynamics of current affairs at that time and international days related to content on the matter. health of women and their families. Thus, ASCALEMA informed the public of the facts and advances with scientifically based messages, at the same time that it issued warnings, announcements and calls to promote responsible behaviors to improve their health.

This study allows us to verify how ASCALEMA's narrative on his Twitter account bears witness to a period marked by significant advances in the fight against gender violence and misinformation in health, but also against labor intrusion and the invisibility of the collective of midwives.

Declaración de transparencia

El autor principal (defensor del manuscrito) declara que el contenido de este trabajo es original y no ha sido publicado previamente ni está enviado ni sometido a consideración a cualquier otra publicación, en su totalidad o en alguna de sus partes.

Fuentes de financiación

No se ha recibido financiación.

Conflicto de intereses

No existe conflicto de intereses entre los participantes.

Publicación

Este trabajo de revisión no ha sido presentado en ninguna ponencia, comunicación oral, póster en ningún congreso o evento científico.

BIBLIOGRAFÍA

1. Muñoz-Sastre D, Rodrigo-Martín L, Rodrigo-Martín I. The Role of Twitter in the WHO's Fight against the Infodemic. *Int J Environ Res Public Health*. 15 de noviembre de 2021;18(22):11990.
2. DataReportal – Global Digital Insights [Internet]. DataReportal – Global Digital Insights. [citado 29 de noviembre de 2021]. Disponible en: <https://datareportal.com>
3. Qiu L, Lin H, Ramsay J, Yang F. You are what you tweet: Personality expression and perception on Twitter. *J Res Personal*. 1 de diciembre de 2012;46(6):710-8.
4. Oulasvirta A, Lehtonen E, Kurvinen E, Raento M. Making the ordinary visible in microblogs. *Pers Ubiquitous Comput*. 1 de abril de 2010;14(3):237-49.
5. Java A, Song X, Finin T, Tseng B. Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. En: Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis [Internet]. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery; 2007 [citado 29 de noviembre de 2021]. p. 56-65. (WebKDD/SNA-KDD '07). Disponible en: <https://doi.org/10.1145/1348549.1348556>
6. Naaman M, Boase J, Lai C-H. Is it really about me? message content in social awareness streams. En: Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer supported cooperative work [Internet]. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery; 2010 [citado 29 de noviembre de 2021]. p. 189-92. (CSCW '10). Disponible en: <https://doi.org/10.1145/1718918.1718953>
7. Burton SH, Tanner KW, Giraud-Carrier CG, West JH, Barnes MD. «Right time, right place» health communication on Twitter: value and accuracy of location information. *J Med Internet Res*. 15 de noviembre de 2012;14(6):e156.
8. Khan GF, Yoon HY, Park HW. Social media communication strategies of government agencies: Twitter use in Korea and the USA. *Asian J Commun*. 2 de enero de 2014;24(1):60-78.
9. Leone S, Delli Paoli A, Senatore D. Social Media Communication in Central Governments: The Case of Twitter Activity of Italian Ministries. *J Commun Res*. 1 de enero de 2015;7:413-29.
10. Vallespín (Coord.) F. TELOS 89: Redes sociales y democracia. Fundación Telefónica; 2011. 179 p.
11. Zimmer M, Proferes NJ. A topology of Twitter research: disciplines, methods, and ethics. Axel Bruns and Dr Katrin Weller D, editor. *Aslib J Inf Manag*. 1 de enero de 2014;66(3):250-61.
12. Muñoz-Sastre D, Rodrigo-Martín I, Rodrigo-Martín L. The role of social networks in cyber-diplomacy in the context of 5G. *JANUSNET E-J Int Relat Themat Doss Int Relat Soc Netw*. julio de 2021;4-20.
13. Esteban FJF, Fajardo EG, Burdach M. El análisis de contenido de las comunicaciones: 113.
14. Pericás JMV. El uso de la teoría de redes sociales en la representación y análisis de textos. De las redes semánticas al análisis de redes textuales. *Empiria Rev Metodol Cienc Soc*. 2005;(10):129-50.
15. Nguyen A, Catalan D. Digital Mis/Disinformation and Public Engagment with Health and Science Controversies: Fresh Perspectives from Covid-19. *Media Commun*. 25 de junio de 2020;8(2):323-8.

16. Fernández González L, Bravo Valenzuela P, Fernández González L, Bravo Valenzuela P. Expertos y redes sociales: ¿Cómo comunicarnos en tiempos de pandemia? Rev Médica Chile. abril de 2020;148(4):560-1.
17. Gough A, Hunter RF, Ajao O, Jurek A, McKeown G, Hong J, et al. Tweet for Behavior Change: Using Social Media for the Dissemination of Public Health Messages. JMIR Public Health Surveill. 23 de marzo de 2017;3(1):e14.
18. Bode L, Vraga EK. See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media. Health Commun. septiembre de 2018;33(9):1131-40.
19. Gencoglu O, Gruber M. Causal Modeling of Twitter Activity during COVID-19. Computation. diciembre de 2020;8(4):85.
20. Breland JY, Quintiliani LM, Schneider KL, May CN, Pagoto S. Social Media as a Tool to Increase the Impact of Public Health Research. Am J Public Health. diciembre de 2017;107(12):1890-1.
21. Serri M. [Social networks and Health]. Rev Chil Infectología Organo Of Soc Chil Infectología. 2018;35(6):629-30.
22. Sutton J. Health Communication Trolls and Bots Versus Public Health Agencies' Trusted Voices. Am J Public Health. octubre de 2018;108(10):1281-2.
23. Pérez-Dasilva J-A, Meso-Ayerdi K, Mendiguren-Galdospín T. Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. Prof Inf [Internet]. 8 de mayo de 2020 [citado 29 de noviembre de 2021];29(3). Disponible en: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.08>
24. Fernández FR. Comunicación y noticias falsas en relación al COVID-19: algunas reflexiones sobre la información, la desinformación y propuestas de mejora. Rev Esp Comun EN SALUD. 16 de julio de 2020;253-64.
25. Kouzy R, Abi Jaoude J, Kraitem A, El Alam MB, Karam B, Adib E, et al. Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. Cureus. 13 de marzo de 2020;12(3):e7255.
26. Rosenberg H, Syed S, Rezaie S. The Twitter pandemic: The critical role of Twitter in the dissemination of medical information and misinformation during the COVID-19 pandemic. CJEM. julio de 2020;22(4):418-21.

OPOSICIONES

Servicio Andaluz de Salud

i Una plaza te espera!

Rodio

oposiciones

**#EL
MOMENTO
ES AHORA**

www.edicionesrodio.com