



Boletín en la red

Ministerio de Salud y Protección Social

Instituto Nacional de Cancerología ESE
Subdirección de Investigaciones, Vigilancia Epidemiológica, Promoción y Prevención
Grupo Área Salud Pública

Carolina Wiesner Ceballos
Directora General (E)

Amaranto Suárez
Subdirector de Investigaciones, Vigilancia Epidemiológica,
Promoción y Prevención

Gianna Henríquez Mendoza
Coordinadora Grupo Área Salud Pública

Diana Carolina Daza Franco
Asesora de Comunicaciones INC
Coordinación Editorial
comunicaciones@cancer.gov.co

Camilo Ernesto Zuluaga Herreño
Seguimiento y Análisis de la información
Oficina de Comunicaciones
cezuluaga@cancer.gov.co

Gianna Henríquez Mendoza
Corrección de estilo

César Mario Araque Bello
Diseño y Diagramación
Oficina de Comunicaciones

Bogotá, D. C. Colombia



Contenido

Presentación	4
Introducción.....	4
Las cifras del país en las redes sociales	5
Informe de estudio #StatusofMind: Las redes sociales son “peligrosas” ¹	5
Las redes sociales en el 2017	6
<i>Facebook</i>	6
<i>YouTube</i>	6
<i>Instagram</i>	6
<i>LinkedIn</i>	6
<i>Google +</i>	7
<i>Twitter</i>	7
<i>Snapchat</i>	7
Tendencias globales en las redes sociales	7
Tendencias de las redes sociales de No Fumar es la Actitud	8
Síguenos en las redes “No Fumar es la Actitud”	9
Referencias	10



Presentación

Este boletín tiene una periodicidad semestral y su objetivo es divulgar tanto los resultados de las redes sociales que posee el Instituto Nacional de Cancerología ESE, como el análisis de la información más representativa del sector de las tecnologías de la información y la comunicación en salud para su uso en el campo de la comunicación y la salud.

Introducción

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y también social, no solamente la ausencia de enfermedad. La posesión del mejor estado de salud que se es capaz de alcanzar constituye uno de los derechos fundamentales de todo ser humano, cualquiera que sea su raza, religión, ideología política y condición económico-social (Carta Fundacional de la OMS, 1948). Así entonces, para comprender que lo social no es un componente más del bienestar, sino que lo social es la forma de conectar las realidades individuales con lo colectivo y de enlazar las expectativas y necesidades con materialidades como la exposición a riesgos o el acceso al sistema de salud, es entonces pertinente tener dentro de la vigilancia de salud pública el seguimiento a las redes sociales.

En cuanto a las redes sociales toman más fuerza en la actualidad, no solo son un elemento a considerar dentro de los planes de comunicación que se plantea cualquier organización, sin importar el sector económico al que estén inscritas, si no que también son la fuente de información para millones de personas, para enterarse de avances de las tecnologías biomédicas, bien sea como tratamientos con medicamentos innovadores, procedimientos quirúrgicos o intervenciones diagnósticas.

Si bien la popularidad de estos medios sociales ha aumentado en forma significativa en los últimos años y su estudio como elemento de mediación entre las audiencias y sus emisores, también ha logrado gran aceptación entre la mayoría de los miembros académicos más reticentes a aceptar este nuevo campo. El hecho concreto es que estas plataformas permiten el acceso más participativo y democrático para los usuarios.

Las cifras del país en las redes sociales

Una de las críticas más fuertes que se hacen a la penetración de las tecnologías de la información y la comunicación, se debe a que mientras en el 96,5 % de los hogares colombianos hay al menos un teléfono celular, solo el 89,5 por ciento de estos cuenta con acceso a uno de los servicios básicos fundamentales: el agua. (Economía y Negocios, 2017). Lo anterior evidencia otro tipo de problemáticas y muchas de las costumbres que subyacen a nuestra sociedad.

En materia tecnológica, las familias colombianas están más dispuestas a hacer uso de estas tecnologías y prueba de esto es que cerca del 46 % de los 14,4 millones de hogares colombianos tienen conexión a internet (Economía y Negocios, 2017), lo que se correlaciona con las cifras de la Encuesta de Calidad de Vida hecha por el DANE que en 2016 mostró que en el total nacional, el 58,1% de las personas manifestaron usar internet en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo y que de este porcentaje el 70,4 % lo hicieron a través de teléfono celular (DANE, 2017).

El mismo estudio señala que en el 96,5 % de los hogares a nivel nacional algún miembro contaba con teléfono celular en 2016 y desde allí se conectaba a sus redes sociales. En cabeceras esta proporción fue 97,5 % y en centros poblados y rural disperso fue 92,6 %. En 2015 la tenencia de este bien fue: a nivel Nacional de 95,6 %; en las cabeceras de 96,7 % y en los centros poblados y rural disperso de 91,6 %.

“Tenemos 1.078 municipios (de un total de 1.102) conectados a internet de alta velocidad, registramos 10,1 millones de conexiones de internet de banda ancha y el 50 % de los hogares tiene internet”, añadió el ministro de las TIC’s David Luna Sánchez, quien agregó en una entrevista para el diario Portafolio que en esa estrategia de masificación de la internet ha sido “fundamental” el programa “Vive Digital”, por medio del cual el Gobierno ha llevado conexiones de banda ancha por fibra óptica o satélite hasta lugares remotos del país.

“Es el caso de la isla de Malpelo, una formación rocosa de sólo 1,2 kilómetros cuadrados situada en el océano Pacífico, a 490 kilómetros de la costa

colombiana, donde se instaló un kiosco de “Vive Digital” para conectar vía internet por satélite con el resto del país a un pequeño destacamento de la Armada y un guardián de parques que son los encargados de cuidar ese territorio”.

El programa “Vive Digital” cuenta con más de 8.000 puntos en todo el país en los que la población de pequeños caseríos encuentra computadores con acceso a internet, impresoras, escáner, teléfono y otros adelantos tecnológicos.

Con ellos se busca cerrar la brecha tecnológica entre la Colombia urbana y la rural para potenciar el desarrollo del país. Así se demuestra que hay una correlación directa entre esa masificación, la generación de empleo y la reducción de la pobreza. La eliminación de las barreras para acceder a la tecnología es clave en este propósito”, como lo manifestó el ministro.

Informe de estudio #StatusofMind: Las redes sociales son “peligrosas”¹

Instagram es la aplicación más perjudicial para la salud mental de los jóvenes, seguida de cerca por Snapchat, según un informe de la Royal Society for Public Health en el Reino Unido. El estudio, #StatusofMind, encuestó a cerca de 1.500 jóvenes de 14 a 24 años de edad sobre cómo ciertas redes sociales afectan su salud y bienestar, generando problemas como la ansiedad, la depresión, la identidad personal y la imagen corporal.

Mientras que Instagram, Snapchat, Facebook y Twitter demostraron efectos negativos en la salud mental de los jóvenes, YouTube tuvo un impacto más positivo en sus usuarios. Instagram atrae a las jóvenes a “compararse contra las versiones poco realistas, en gran medida curadas, filtradas y modificadas de la realidad”, dijo Matt Keracher, autor del informe. Para afrontar el problema, la Royal Society for Public Health les ha pedido a las redes sociales que tomen medidas para ayudar a combatir los sentimientos de insuficiencia y ansiedad de los usuarios jóvenes colocando una advertencia sobre las imágenes que han sido manipuladas digitalmente.

El equipo de investigación invita a los usuarios de las redes sociales a que usen el hashtag #StatusOfMind, para continuar con el estudio a fin de conocer no solo las percepciones y enfermedades que aqueja a los usuarios de redes sociales en el Reino Unido,

sino a nivel global diversas organizaciones en varios países del mundo se han unido para protestar y solicitar a sus gobiernos a que insten a los dueños de las redes sociales a tener un mensaje de alerta cuando haya utilizado por más de 2 horas la red social; también a crear aplicaciones para que los jóvenes puedan buscar ayuda en por si sufren algún trastorno mental generado por el uso de las redes y los usuarios y marcas que resalten las fotos que son manipuladas digitalmente.

Las redes sociales en el 2017

Según datos recopilados de Statistic Brain y expandedramblings.com, los cambios que presentan las redes sociales no han dado grandes sobresaltos en comparación con los meses anteriores, Facebook sigue en primera posición, Youtube todavía en segundo lugar pero se puede apreciar un desaceleramiento en las cifras reportadas por Twitter que han sido capitalizadas por otra red social que ha sabido apropiarse de manera efectiva de los hashtags o etiquetas.

Facebook



Facebook de nuevo a la cabeza, sigue siendo el rey de las redes sociales con más de 1.860 millones de usuarios en todo el mundo. Sus constantes cambios de algoritmos y la prelación que se le está dando al video sobre las imágenes parece ser la clave de los nuevos ingresos para usuarios, así como las experiencias transmitidas a través de su streaming permite a los usuarios de esta plataforma tener mayor actividad.

Pero no todo parece ser para bien, pues en pos de esta nueva actividad y de los cambios para las publicaciones (como los colores en los post, la inclusión de nuevas emociones y la mejora en su chat) que desarrollan nuevas experiencias en los usuarios, ha traído toda una nueva serie de políticas pues ante la transmisión de eventos en directo, como partidos, conciertos y espectáculos que riñen con las políticas y los derechos de transmisión, lo que ha obligado a esta empresa a modificar constantemente sus políticas de accesos a usuario para contrarrestar este tipo de actividades.

YouTube



De la misma forma que en años anteriores, lo vídeos tienen mucho peso, y como lo ha demostrado Facebook al integrar este tipo de contenido, así

mismo Youtube que es el principal, proveedor de este tipo de formato, ha mejorado la experiencia de los usuarios pero no con demasiado impacto, pues su política de publicidad es cada vez más intrusiva, pero ahora permite calificar la pauta.

Se destaca también por realizar apuestas valientes como Youtube Go que le permite al usuario permitirá descargar vídeos para poder verlos posteriormente sin necesidad de una conexión a internet.

Instagram



Un fenómeno que se venía analizando desde el año anterior parece concertarse a principio de este, y es el ascenso a la tercera posición de las redes sociales. Con 600 millones de usuarios Instagram, se encuentra en el pódium de redes sociales, con cerca de en 200 millones.

También la explicación de este crecimiento pueden ser los videos. Pues esta red social ha también ha introducido los vídeos en directo, pero esta permite saber quién está viendo la transmisión y a la vez permite interactuar con el usuario. Durante este año también cambió la duración máxima de los vídeos aumentándolo hasta un minuto.

Seguro que las funciones de publicidad que redirige hacia el sitio de compra y la de Instagram Stories harán que durante el año próximo veamos nuevos usuarios que se suman a esta red, pues su constante modificación de filtros y de elementos animados (las orejas de gato, nariz de perro etc) permite una mayor interacción entre usuarios y desarrolladores.

LinkedIn



En el cuarto puesto nos encontramos con LinkedIn. En el ámbito profesional, no deja de ser una de las redes sociales más importantes con 467 millones de usuarios. Sin duda la red profesional más importante de todas.

Sin embargo, no se conforman y quieren seguir ampliando su número de usuarios. Recientemente han anunciado en este último mes que va a rediseñar su plataforma. Su objetivo es que el diseño se parezca al de Facebook, Twitter, etc y así hacerla más limpia, clara y fácil de entender para usuarios.



Podemos ver que todos los esfuerzos del gigante de internet Google por favorecer el posicionamiento mediante estrategias de posicionamiento Search Enging Optimización (SEO) no han conseguido traer la suficiente cantidad de usuarios a su red social pues ha sufrido un descenso durante el último año, pasando a la quinta posición del ranking con 375 millones de usuarios. Así entonces, tendrán que trabajar aún más para tratar de remediar la perdida de usuarios que tienen con el paso de los años, quizá su mejor activo (el correo) pueda representar una salida, pero pasar de los planteamiento hipotéticos a la realidad puede representar no solamente una empresa titánica en lo técnico sino que los recursos financieros necesarios para que esta red se posicione parecen no ser suficientes.



Su principal mercado, que es el americano, presenta un sustantivo retroceso, pues de los 317 millones de usuarios que constituyen dicha red, una parte importante, ha visto desde la pauta de sus anunciantes, como este retroceso en el número de nuevos usuarios repercute en esos anunciantes.

En palabras de Robert Lang, CEO de la empresa de analítica de redes sociales Socialbakers:

“La tasa de crecimiento de todas las redes sociales es muy buena, excepto la de Twitter, aunque no debemos subestimar su poder”, apunta Lang, a pesar de que los perfiles están 36% tuiteando menos.

Quizá la llegada de nuevos actores del sector político (que se muda a las redes sociales por medio de esta, pues considera a sus usuarios más activos y más “reales” que Facebook u otras) como por ejemplo Donald Trump en EEUU o el presidente francés Emmanuel Macron, entre otros, puede resultar una bocanada de aire fresco para crecer y retomar la senda que la convirtió en una de las redes sociales más usadas.



Si bien en el pronóstico de todas las redes se esperaba una escalada más agresiva de esta red, tal panorama no ocurrió. Esta red, popular por tener publicaciones cortas en el tiempo que

desaparecen el día siguiente a ser vistas, se ha visto perjudicada por la llegada de Instagram Stories, la nueva función de Instagram que imita el estilo de Snapchat.

Aunque Snapchat se ha promovido como la red consentida de los jóvenes, no es la favorita de la Generación Z. La plataforma digital ocupa el puesto número siete en el top 15 de la firma de investigación, GlobalWebIndex, en su último reporte trimestral de 2016.

Tendencias globales en las redes sociales

Un breve resumen de lo acontecido en 2016, que en materia política e informática trajo muchas variaciones para las redes sociales y que continua arrojando algunos datos interesantes, como es el análisis de los hashtags o etiquetas más utilizados en la red social de fotos y vídeos de Instagram.

En esta ocasión se presentan las estadísticas encontradas en el estudio llevado a cabo por la web Websta.me, dedicada a estudiar las tendencias y realizar el análisis de las cuentas de Instagram.

Son:

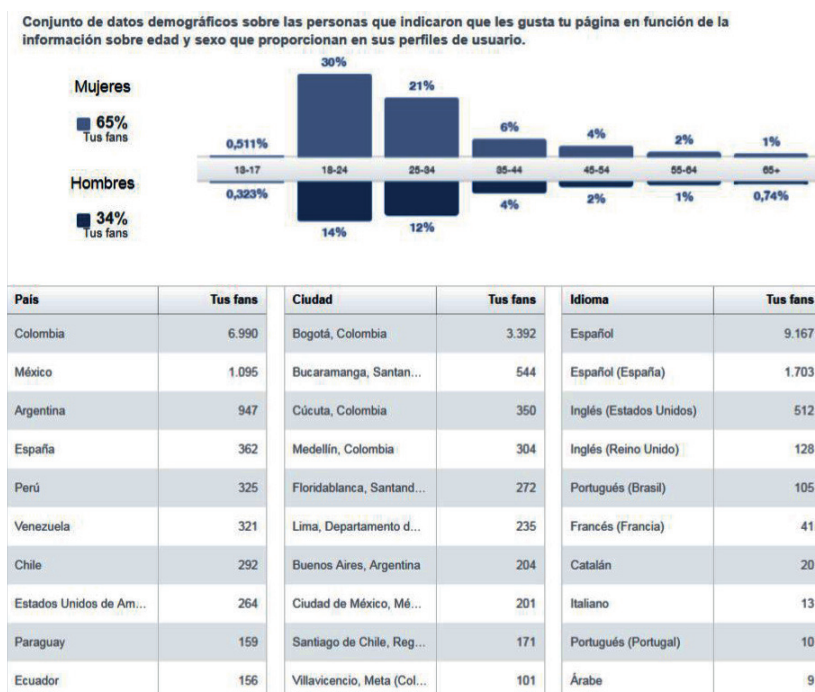
1. #love (984,393,097)
2. #Instagood (521,934,872)
3. #photooftheday (375,216,298)
4. #beautiful (351,221,771)
5. #tbt (350,224,966)

Por otro lado tendremos las 5 tendencias más importantes en twitter reveladas por TWTR, Tech30 quien publicó su lista de los temas más populares del año, y los Juegos de Río salieron a la cabeza. Las elecciones estadounidenses fueron la segunda historia más twitteada del año en todo el mundo, seguida por Pokemon Go, el popular juego de realidad aumentada.

Estas son:

1. #Rio2016
2. #Election2016
3. #PokemonGo
4. #Euro2016
5. #Oscars

Tendencias de las redes sociales de No Fumar es la Actitud



A pesar de que las personas acceden a Facebook tanto en dispositivos móviles como en equipos de escritorio, tanto en el trabajo como en casa, y lugares de desplazamiento (está claro y se hace evidente cada que se usa el transporte público y podemos observar el comportamiento de los usuarios, pues todos miran las pantallas de sus dispositivos) y lo contrastamos con las cifras que nos arrojan el análisis de las diferentes redes sociales por parte de los encargados de hacer este tipo de estudios.

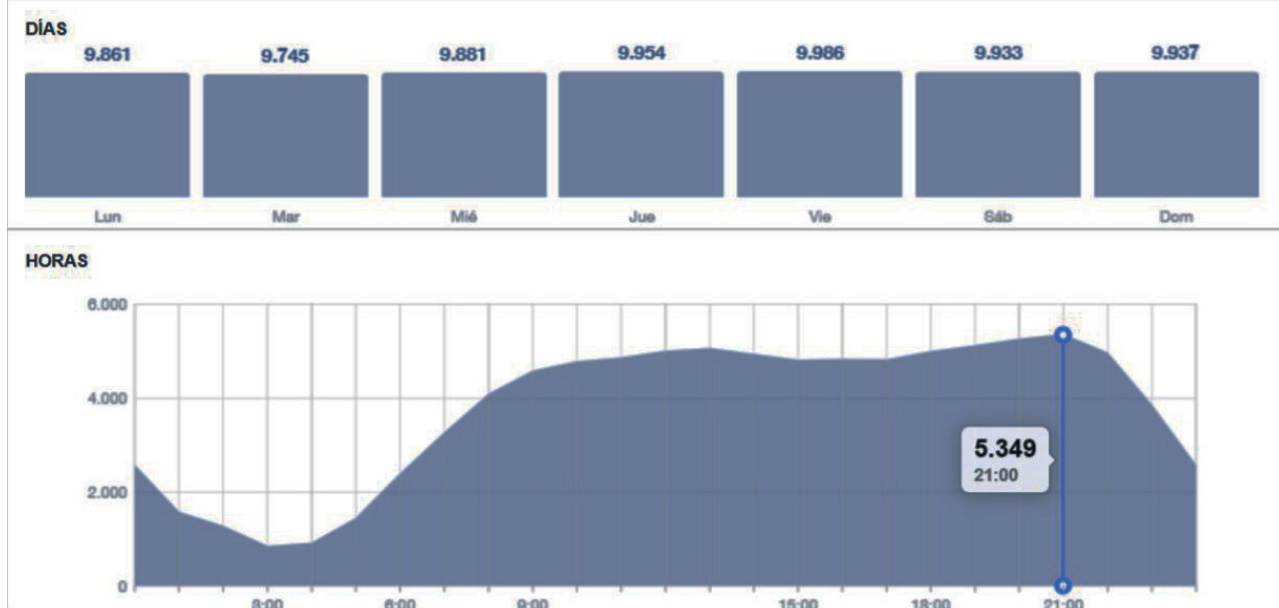
Como siempre mostramos un poco de las gráficas que nos arrojan nuestra red social en Facebook. Vemos que las redes sociales de No Fumar es la Actitud son tendencia no solo en Colombia sino en otros países de habla castellana. En esta ocasión el género femenino, reporta un significativo aumento frente a los usuarios del género opuesto, a pesar de todo, el peso específico más relevante de nuestros usuarios sigue en un grupo de edad que es de suma importancia en la lucha contra el tabaquismo, pues si bien los índices de inicio de consumo indican una edad de inicio o cercana a los 12 años, la mayor cantidad de fumadores está presente en el grupo de edad a partir de los 18 años (MinSalud, 2007).

Según algunos expertos el mejor momento para publicar en Facebook es el miércoles a las 3:00 p.m. Otros buenos horarios son los sábados y domingos de 12: 00 a 1: 00 p.m. y los jueves y viernes de 1: 00 a 4: 00 p.m.

No obstante, contrario a estas opiniones las audiencias en nuestro país se muestran con un comportamiento similar en cada uno de nuestros análisis, pues vemos que nuestros post tienen más efecto en las horas de la noche, quizá porque nuestro público tiene mayor espacio libre a esta hora o prefiere interactuar con nuestras publicaciones en los espacios que son diferentes a sus hábitos regulares.

1. Algunos apartes tomados de la noticia original publicada por Kara Fox para CNN, el 22 mayo de 2017

Los datos mostrados corresponden a la última semana. Las horas del día se muestran en la zona horaria local de tu computadora.



En lo que si concuerdan nuestras cifras con algunos expertos en el tema es que las tasas de participación son un 18% más alta los jueves y viernes. Si bien los viernes, Facebook manifiesta picos por encima de un 10%, puede que esto se deba a un comportamiento de fiesta posterior a la jornada académica o tiempo libre de los jóvenes en general. Puesto que la gente tiende a ser más feliz los viernes (Patel, 2017) y por lo tanto se sugiere publicar contenido divertido u optimista para que coincida con el estado de ánimo de su público.

Por otro lado por el momento nuestra cuenta en Twitter contamos con más de 13.200 impresiones de nuestros 1446 seguidores con un promedio de 171 visitas al mes sobre nuestro perfil.

Síguenos en las redes sociales de "No Fumar es la Actitud"



@nofumaractitud
@INCancerologia



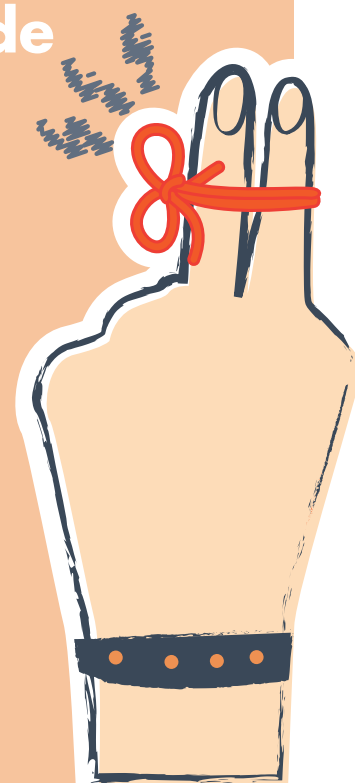
No fumar es la Actitud!
@INCancerologia



www.cancer.gov.co
www.nofumareslaactitud.com



Mirada a los espacios libres
de humo



Queremos conocer su opinión sobre este boletín de redes sociales de No Fumar es la Actitud publicado por el Instituto Nacional de Cancerología. Por favor indique sus respuestas en la siguiente encuesta:

<https://es.surveymonkey.com/r/SW9TTZJ>

Referencias

- DANE. (1 de 06 de 2017). Encuesta Nacional de Calidad de Vida -ECV- 2016. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2016>
- Economía y Negocios. (17 de marzo de 2017). El tiempo. En el país hay más hogares con celular que con acueducto, pág. Economía.
- MinSalud. (2007). Socialización del informe final de evaluación de necesidades para la ampliación del Convenio Marco de Control del Tabaco. Bogotá: MinSalud.
- Patel, N. (02 de 06 de 2017). uicksprout.com. Obtenido de <https://www.quicksprout.com/2015/01/02/what-are-the-best-times-to-post-on-social-media/>: <https://www.quicksprout.com/2015/01/02/what-are-the-best-times-to-post-on-social-media/>